T.C.

DÜZCE ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

DİNİ YÖNELİM VE MATERYALİST EĞİLİMİN İŞİN ANLAMLILIĞINA ETKİSİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Deniz Hilal İnan

Düzce

Ocak, 2022

T.C.

DÜZCE ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

DİNİ YÖNELİM VE MATERYALİST EĞİLİMİN İŞİN ANLAMLILIĞINA ETKİSİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Deniz Hilal İnan

Danışman: Doç. Dr. Faruk Kerem ŞENTÜRK

Düzce

Ocak, 2022

ÖNSÖZ

Başta yüksek lisans sürecim boyunca bana olan inancı ve sabrıyla desteğini hiçbir zaman esirgemeyen, anlayışı ve ilgisiyle güç veren, fikirlerine çok önem verdiğim, dinlemekten büyük mutluluk duyduğum kıymetli danışmanım Doç. Dr. Faruk Kerem ŞENTÜRK'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Hayatım boyunca her durumda maddi manevi yardımlarını hep hissettiğim aileme, en çok da rahmetli annem Fadime İNAN'a sonsuz teşekkür ederim.

Bu süreçte her ihtiyaç duyduğumda yanımda hissettiğim, desteğini hiç esirgemeyen sevgili arkadaşlarım Hatice YILDIRIM'a, Selin İŞİKAN'a ve Dilara ALTUNOK'a teşekkür ederim.

Son olarak duruşuyla örnek aldığım, güçlü, umutlu ve yaşam dolu, yardımlarını esirgemeyen gönlü zengin öğretmenim Ezgi TURAN'a teşekkür ederim.

Var olun…

Deniz Hilal İNAN

T.C.

DÜZCE ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

DİNİ YÖNELİM VE MATERYALİST EĞİLİMİN İŞİN ANLAMLILIĞINA ETKİSİ

Deniz Hilal İNAN tarafından hazırlanan tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda **YÜKSEK LİSANS** olarak kabul edilmiştir.

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Faruk Kerem ŞENTÜRK

Düzce Üniversitesi

Jüri Üyeleri

Doç. Dr. Faruk Kerem ŞENTÜRK
Düzce Üniversitesi ______________________

Doç. Dr. Emel FAİZ
Düzce Üniversitesi ______________________

Doç. Dr. Sedat ÇELİK
Şırnak Üniversitesi ______________________

Tez Savunma Tarihi: 21/01/2022

ÖZET

DİNİ YÖNELİM VE MATERYALİST EĞİLİMİN İŞİN ANLAMLILIĞINA ETKİSİ

İNAN, Hilal Deniz

Yüksek Lisans Tezi

İşletme Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Faruk Kerem ŞENTÜRK

Ocak 2022, 112 sayfa

Bireylerin zamanlarının büyük bir kısmını geçirdikleri ve modern yaşamın önemli bir parçası haline gelen işe insanlar farklı anlamlar yükleyebilmektedir. Geleneksel anlayışta iş, insanın hayatını devam ettirebilmek için en temel ihtiyaçlarını (yeme, içme, giyinme, barınma, dinlenme gibi) karşılamak amacıyla başvurulan bir yöntem olmuştur. Ancak sanayileşmenin etkisiyle bilimsel ve teknolojik gelişmeler ışığında bu anlayış etkisini yitirmiş ve önemini kaybeder hale gelmiştir. Yaşam standartlarının daha iyi hale gelmesiyle bireyler fiziksel ihtiyaçlarından sonra sosyal gereksinimlerine önem vermeye başlamışlardır. İşin anlamı sorgulanırken temelde işin birey için anlamı olup olmadığı ve işin birey için ne ifade ettiği soruları üzerinde durulur. Bu noktada işin anlamı bireyin işe yüklediği değerlerle ilgilidir. Birey yaptığı işi ne kadar değerli ve önemli görürse o düzeyde anlamlandırabilmektedir. Değerlerin oluşum aşamasında din kavramının önemli bir etkisi bulunmaktadır. Diğer yandan değer oluşumunda bireyin maddi unsurları nasıl idrak ettiği de önemli bir yer tutmaktadır. Bu noktada yapılan bu araştırmanın temel amacı, günümüzde çalışan bireylerin işin anlamına yönelik algılarında dini ve materyalist değerlerin hangisinin ne düzeyde etkisinin olduğunu araştırmaya yöneliktir. Bu doğrultuda araştırma da nicel yöntem tercih edilmiş olup Ankara Çankaya ilçesinde çalışan 445 bireye anket uygulaması yapılmıştır. Bu araştırma kapsamında kullanılan ölçeklere dair açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış, hipotezlerin test edilmesine yönelik çoklu

regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda dışsal dini yönelimin işte anlam ve iş ilişkileri üzerinde anlamlı ve olumlu yönde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Materyalist eğilimin göstergesi olan muhafaza etmenin işte anlam, iş ilişkileri, işte anlam arayışı ve işte tevazu boyutları üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu belirlenirken cömert olmamanın yalnızca işte anlam liderliği üzerinde negatif yönlü anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak kıskançlık özelliğinin işte anlam arayışı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi varken işte tevazu üzerinde negatif yönlü bir etkisi vardır.

Anahtar Sözcükler: Dini Yönelim, Materyalist Eğilim, İşin Anlamı

ABSTRACT

THE EFFECT OF RELIGIOUS ORIENTATION AND MATERIALISTIC TENDENCY ON THE MEANINGFULNESS OF WORK

İNAN, Hilal Deniz

Master Thesis

Department of Business Management

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Faruk Kerem Şentürk

January 2022, 112 page

People attribute many different meanings to work, where individuals spend most of their time and which has become an important part of modern life. In the traditional understanding, work has been a method used to meet the most basic needs of people (such as eating, drinking, dressing, sheltering, resting) in order to continue their life. However, with the effect of industrialization, this understanding has lost its effect and lost its importance in the light of scientific and technological developments. With the improvement of living standards, individuals have started to give importance to their social needs after their physical needs. While questioning the meaning of the job, the main focus is on whether the job has meaning for the individual and what the job means to the individual. At this point, the meaning of the job is related to the values that the individual attributes to the job. The more valuable and important an individual sees his work, the more meaningful it is. The concept of religion has a significant impact on the formation of values. On the other hand, how the individual perceives the material elements has an important place in the formation of value. At this point, the main purpose of this research is to investigate the effect of religious and materialist values on the perception of the meaning of work of today's working individuals. In this direction, the quantitative method was preferred in the research and a questionnaire was applied to 445 individuals working in Ankara Çankaya district. Exploratory and confirmatory factor analysis was applied to the scales used in this study, and multiple regression analysis was performed to test the hypotheses. As a result of the research,

it has been determined that external religious orientation has a significant and positive effect on meaning at work and work relations. As a result of the research, it was determined that extrinsic religious orientation had a significant and positive effect on meaning at work and work relations. While it was determined that the preservation, which is an indicator of the materialist tendency, has a significant and positive effect on the dimensions of meaning at work, business relations, search for meaning at work and humility at work, it was concluded that not being generous only had a negative and significant contribution on meaning leadership at work. Finally, while the jealousy trait has a positive and significant effect on the search for meaning at work, it has a negative effect on humility at work.

Key Words: Religious Orientation, Materialistic Tendency, Meaning of Work

İÇİNDEKİLER

TABLOLAR LİSTESİ

ŞEKİLLER LİSTESİ

1. GİRİŞ

Bireylerin sahip olduğu dini yönelim ve materyalist eğilimin işin anlamlılığına etkisinin incelendiği bu araştırmanın giriş bölümünde ilgili alan yazın esas alınarak genel bilgilere yer verilmiştir. Araştırmanın probleminin ne olduğu açık bir şekilde belirtildikten sonra, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, sınırlılıkları, sayıltıları ve çalışmada geçen önemli kavramların tanımlarına değinilmiştir.

1.1.Araştırmanın Problemi

Modern hayatın önemli bir parçası olduğu düşünülen ve bireylerin zamanının büyük bir kısmını geçirdikleri işe pek çok farklı anlam yükledikleri vurgulanmaktadır (Evcimen, Çakıcı ve Çakıcı, 2020). Genellikle insanlar, işin anlamından söz ederken bu ifadeyi sadece bir işe sahip olmanın değerinden çok daha fazlasını ifade etmek için kullanır. İşin anlamlılığı sorgulanırken "çalışmanın sizin için bir anlamı olduğunu düşünüyor musunuz ve iş sizin için ne ifade ediyor?" sorularının cevabı aranır. İşin anlamı, işi yapan bireylerin işe yüklediği değerlerle ilgilidir (Overell, 2009). Kişi yaptığı işi ne kadar önemli ve değerli görürse o kadar anlamlandırabilmektedir. Aynı işi yapan kişilerde işi anlamlandırma bireysel farklılıklardan dolayı değişkenlik göstermektedir (Seçkin, 2018:145).

İş, geleneksel anlayışta insanın sadece yaşamını devam ettirebilmek için fiziksel ihtiyaçlarını (yeme, içme, barınma, dinlenme gibi) karşılamak maksadıyla ücret karşılığında başvurduğu bir yöntem olmuştur. Sanayileşmeyle birlikte yaşanan bilimsel ilerlemeler ve teknolojik gelişmelerle geleneksel anlayış etkisini yitirmiş ve önemini kaybetmiştir. Yaşam standartlarının iyileştirilmesiyle insanlar fiziksel gereksinimlerinden sonra sosyal gereksinimlerinin doyurulmasına yönelmişlerdir. Kişiler için iş zamanla "topluma faydalı bir birey olmak" anlamına gelmiştir. Bu doğrultuda kişi için işin anlamı ve görevleri başta bireyin kendisi için olmak üzere bulunduğu iş yeri, ailesi ve ülkesi için büyük ölçüde önem arz etmektedir. İşin anlamı,

bireylerin performansını, işe olan bağlılığını ve memnuniyetini artırarak bireyler için oldukça motive edici bir kaynak olmaktadır. Kişilerin işe bakış açısı, işteki verimlilikleri ve işlerini hangi amaç ve niyetle yaptıkları gerek kişi için gerekse çalıştığı örgüt ve ülkesi için büyük önem arz etmektedir. Kişinin çalışmasında hissettiği anlam eksikliği, işinden yabancılaşmasına, doyuma ulaşamamasına veya işle bağlantısının kesilmesine yol açabilir. İşin anlamının kazanılması için değer temelli bir arka planın sağlanması gerekmektedir.

Bailey ve Madden (2016)'e göre çok fazla dile getirmeseler de çalışan bireylerin görüşlerindeki anlamsızlık duygusunun ana nedeni, kendi değerleriyle işverenlerinin veya çalışma gruplarının değerleri arasındaki kopukluktur. Yener (2018: 43)' e göre bireyde işe ilişkin değer algısının oluşması işi anlamlandırmasını sağlayan önemli bir unsurdur.

Değerlerin oluşum aşamasında din kavramının önemli bir etkisinin olduğu söylenebilir. Bu doğrultuda *"din; kişinin sahip olduğu değerler ve uygulamalarıyla bir hayat tarzını"* ifade eder. Bireyler karar, tutum ve davranışlarını dini değerlere ters düşmeyecek şekilde devam ettirmeye gayret ederler. Yani dini değerler insanın tercihlerini yönlendiren önemli bir faktördür (Akdoğan, 2016: 72).

Araştırmanın konusu olan dini değerleri incelerken; evrenselliği kendinden önce gelen bütün dinleri bünyesinde toplaması, Allah-u Teala'nın gönderdiği en son tevhid dini olması (Şüphe yok ki Allah katında hak din İslam'dır.)[1] ve Türk toplumunun büyük bir çoğunluğunun inancı gereği İslam dini ölçüt olarak ele alınmıştır. İslam dini bireyi çalışmaya, sürekli olarak ilerlemeye, helal kazanç elde etmeye, kazandığını doğru şekilde ve doğru yerlere sarf etmeye yönlendiren bir dindir. Dünya ve ahiret mutluluğunun ancak çalışma ile kazanılacağını vurgular. Arslan (2003)'e göre İslam dini, inanları çalışmaya ve verimli olmaya, kapasiteleri ve yetenekleri doğrultusunda insanlığa faydalı olmalarını emreder. Peygamberimiz Hz. Muhammed (s.a.v) bu konuda "İnsanların en iyisi, diğer insanlara faydası dokunandır." buyurmuştur (Çimen, 2012). Çalışmaya bu derece önem veren İslam dini helal kazanç sağlanan işi bir ibadet olarak değerlendirmiştir. Çalışıp emek verenler

[1] Al-i İmran Suresi, 19. Ayet.

Allah'ın sevgili kulları olarak değerlendirilmiştir. Kuran'ı Kerim çalışmayı, insanlığa faydalı olabilmeyi, dünyadaki nasibinin peşinden koşmayı emrederken para ve mal sevgisinin tutsağı olmamaya da dikkat çekmiştir.

Hakeza değer oluşumunda bireyin maddi unsurları nasıl algıladığı da önemli bir yer tutmaktadır. *"Materyalizm, bir tüketicinin maddi nesnelerin edinilmesine ve sahiplenmesine verdiği değer"* olarak görülebilir (Çopur, 2011). Materyalizm, varlık açısından temel unsur olarak maddeyi görür. Materyalizme göre madde, cansız, hareketsiz bir şey olmayıp, tam tersine aktif oluşundan dolayı evrendeki sürekli olgunun yegâne sebebidir (Yüce, 2009). Materyalizm maddeyi sahiplenme, ona arzu duyma, bir inanç formunda maddenin cazip hale gelmesidir. Bununla birlikte tüketime gösterilen bir tutum biçimidir (Tiltay ve Torlak, 2011). Materyalizm, mülkiyeti, yüksek düzeyde meta tüketimini savunan ve tamamen maddi çıkarlara dayalı bir yaşam biçimini ifade etmektedir. Materyalistler, maddi ihtiyaçlara ve arzulara odaklanarak manevi konuları ihmal etme eğilimindedirler. Biriktirdikleri mülklerin sayısı ve kalitesi aracılığıyla mutluluk duygusunu hissederler (Le, 2020: 2).

Materyalist değerlere sahip olan bireyler için mal ve mülk edinme, yaşam tarzlarını belirleyen kişisel hedeflerin ön saflarında yer alır. Materyalist birey, sahip olduklarına ve kazanımlarına, hayattaki diğer konu ve faaliyetlerden daha fazla değer verir. Örneğin bir materyalist boş zamanlarında çeşitli etkinliklerde bulunmak yerine daha uzun saatler çalışmayı ve daha fazla para kazanmayı seçebilir (Richins ve Dawson, 1992: 307).

Günümüzde insanlar temelde dini ve materyalist değerler denkleminde hayatlarına ve işlerine anlam vermeye çalışmaktadırlar. Bu bağlamda yapılan araştırma işin anlamına yönelik algıda dini yönelim ve materyalist eğilimin hangisinin ne düzeyde etkisinin olduğu problemine cevap aramaktadır.

1.2.Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı; Ankara ili Çankaya ilçesinde iş yaşamını sürdüren bireylerin dini yönelimlerinin veya materyalist eğilimlerinin işin anlamlılığına etkisini tespit etmeye yöneliktir.

Bu bağlamda aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

1. Dini yönelimin işin anlamlılığına etkisi nedir?
2. Materyalist eğilimin işin anlamlılığına etkisi nedir?

1.3.Araştırmanın Önemi

Pek çok insan için kariyer ve iş sadece para kazanmak için yapılan bir eylem olmamakla birlikte iş yeri de sadece zaman geçirilecek bir yer olmaktan daha fazlasını ifade etmelidir. İnsanlar işlerinde bir anlam ve amaç üzerinde ilerlemek eğilimindedirler (Steger, Dik ve Duffy, 2012: 322). Evcimen, Çakıcı ve Çakıcı (2020) da çoğu bireyin yaptığı işte daha derin bir amaç ve anlam arama çabası içinde olduğu, paranın insanı güdüleme işlevini kaybettiğini ifade etmiştir.

Bu doğrultuda çalışanların işlerinde performansını, tutkusunu, örgütsel özdeşleşmesini ve mutluluğunu artırıcı farklı unsurlara dikkat etmenin gerekliliği ortadadır. Dolayısıyla araştırma çalışan bireylerin sahip olduğu maneviyat faktörünün baskın olduğu dini yönelime veya maddeci görüşün benimsendiği materyalist eğilime bağlı olarak işlerini ne derece anlamlı bulup bulmadıklarını incelemesi bakımından önem arz etmektedir.

Literatürde taranılan veri tabanları çerçevesinde dini yönelim ve materyalist eğilimin işin anlamlılığına etkisini inceleme konusunda bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu kapsamda araştırmanın literatüre kuramsal olarak fayda sağlamasının amaçlanması çalışmanın önemini artırıcı niteliktedir. Değerlere bağlı olarak işini anlamlı bulan bireylerin davranışları kaçınılmaz olarak örgüte de yansıyacaktır. Çalışmada ulaşılan sonuçların başta ilgili alana katkı sağlayacağı, daha sonra değer ve yaşam tarzına göre çalışan tüm bireylere ve kuruluşların üst, orta ve alt düzey yöneticilerine fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

1.4.Araştırmanın Sayıltıları

Bu araştırma;

- Ankete cevap veren katılımcıların dürüst, gerçeği yansıtan ve samimi cevaplar verdikleri,

- Araştırma kapsamında tercih edilen yöntemin ele alınan probleme ve çalışmanın amacına uygun olduğu,
- Araştırılan değişkenlerin ölçülebilir nitelikte olduğu,
- Teorik çerçevenin, incelenen konunun doğru bir yansıması olduğu varsayılmaktadır.

1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları

- Bireylere göre işin anlamı birçok faktörden etkilenmektedir. Pratt ve Ashfort (2003) işin anlamlılığını tanımlarken iki kategoriye ayırarak incelemiştir. Bunlardan birincisi, işin kendi anlamı diğer bir ifadeyle işin özellikleri; ikincisi ise işteki anlamlılık yani kendini iş ortamına ait hissetme ve kişinin topluluğa dahil olabilmesi özelliğidir. Wrzesniewski ve Dutton (2001) da işin anlamlılığını üç faktörün etkilediğini öne sürmüştür. Bunlar: 1) iş ortamı 2) bireysel özellikler ve 3) bireyin işe anlam yüklemesine yardımcı olan iş yerindeki sosyal çevredir. İşi anlamlandırma ile ilgili ilk akademik araştırmaları yapan Hackman ve Oldham (1976) da verimli bir iş ortamının ön koşulunun anlamlı bir iş olduğunu tespit etmiştir. Bireylerin işlerinde başarılı ve tatmin olmaları için işlerini belirli bir değer sistemine göre anlamlı ve değerli bulmaları gerektiğini savunmuşlardır. Bu araştırma kapsamında işin anlamlılığına etki eden unsurlar yalnızca dini ve materyalist değerler ile sınırlandırılmıştır.
- Araştırmada verilere ulaşmak amacıyla anket formu kullanılmıştır. Anket uygulamasında karşılaşılabilecek kapsam, örneklem, ölçüm ve cevaplama hatalarının bu araştırmada da söz konusu olabileceği unutulmamalıdır. Bu araştırma hata ve kusurlarıyla birlikte değerlendirilmelidir (Arslan, 2020: 83).
- Araştırma verileri toplanırken üç farklı ölçekten faydalanılmıştır. Bu bağlamda toplanan veriler ölçeklerin özellikleri ile sınırlı kalmıştır.
- Araştırma verileri, belirli bir zaman dilimi ve maliyet kısıtı sebebiyle tüm Türkiye'de yapılamamış olup sadece Ankara ili Çankaya ilçesinde istihdam edilen kişilerden toplanmıştır. Dolayısıyla bu durum Türkiye genelindeki tüm çalışanlar için genelleme yapılmasını engellemektedir.

- Araştırma belli bir süre içerisinde gerçekleştirilmiştir. Örneklemin konuya ilişkin bakış açısı ve tutumu zaman içinde değişebileceğinden araştırma uygulanılan zaman ile sınırlıdır.
- Araştırma tek bir sektör odaklı olmadığından herhangi bir sektör özelinde öneride bulunulamamaktadır.

1.6.Tanımlar

Dini Yönelim: Algılanan dini motivasyon içsel ve dışsal olarak farklılık göstermektedir. Dışsal dini motivasyona sahip olan birey dinini kullanırken içsel motivasyona sahip kişi dinini yaşamaktadır ve din hayatında merkezi bir yer edinmiştir. İçsel dindarlık, dışsal dindarlığa göre dini bağlılıkla daha güçlü bir ilişki içindedir ve bunun sonucu olarak içsel dindarlığın bireylerin düşünce ve davranışlarında belirleyici olduğu ortaya çıkmıştır (Tiltay ve Torlak, 2011: 96)

Materyalist Eğilim: Richins ve Dawson (1992)'a göre; materyalizm, maddi ihtiyaçlara ve arzulara bağlılık, manevi meselelerin ihmaline; tamamen maddi çıkarlara dayalı bir yaşam tarzı, görüşü veya eğilimi olarak ifade edilmektedir (Richins, 1994). Güçlü maddi değerlere sahip kişiler mülkiyeti ve edinimleri yaşamlarının merkezine yerleştirirler, mülklere mutluluk elde etmenin bir yolu olarak değer verirler, mülkiyetin kendilerinin ve başkalarının başarı göstergesi olduğunu savunurlar. Bu nedenle materyalizm, bireysel olarak ifade edildiğinde, kullanımlara ve varlıklara yakından bağlı bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Ryan ve Dziurawiec (2000: 185) de materyalizmi, mülkiyet edinme arayışına bir adanmışlık olarak ifade etmiştir.

İşin Anlamlılığı: Anlamlılık, "bir kişinin kendi ideallerine veya standartlarına göre değerlendirilen bir iş hedefinin/amacının değeri" olarak tanımlanır (Lips-Wiersma ve Wright, 2012: 657). İşin anlamlılığı, çalışan bireylerin kuruluşlardaki deneyimlerini nasıl anladıklarının önemli bir bölümünü oluşturur. İşin anlamı, çalışanların işte yüklendikleri görevlerinin yanı sıra yaptıklarının önemi konusundaki anlayışlarını içerir (Wrzesniewski, Dutton ve Debebe, 2003).

2. LİTERATÜR

2.1.Değer Kavramı

Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğüne göre değer kavramı; *"bir şeyin önemini belirlemeye yarayan soyut ölçü, bir şeyin değdiği karşılık, kıymet"* bir diğer tanımda ise *"bir ulusun sahip olduğu sosyal, kültürel, ekonomik ve bilimsel değerlerini kapsayan maddi ve manevi ögelerin bütünü"* (TDK, 26.10.2020) şeklinde tanımlanmaktadır.

Değer, potansiyel olarak birçok farklı çalışmayı birbirine bağlayabilen bir köprü kavramdır (Clyde Kluckhohn vd., 1951: 389-390). Bireyin kimliğinde esas içerik olan değerler, kişisel eylem için bilişsel standartlar olarak işlev görür. Değerler evrensel özellik taşırlar fakat farklı insanlar, farklı düzeyde değerlere saygı duyarlar (Gennerich ve Huber, 2006).

Değer kavramı birçok alanda kullanılmaktadır. Bunların başında psikoloji, felsefe ve sosyoloji gelmektedir. Matematik, dini bilimler, tarih ve iktisat gibi birçok bilim alanında da kullanılmaktadır. Değerleri sosyal bilimler açısından önemli kılan değer kavramının insan davranış ve tutumlarını ele alıyor ve bu tutumları yorumluyor olmasıdır (Ulusoy ve Dilmaç, 2016). Sosyal bilimler alanında değer kavramı ilk kez Znaniecki tarafından kullanılmıştır. Latince "güçlü, kuvvetli olmak veya kıymetli olmak" anlamlarına gelen "valere" kökünden türetilmiştir (Ayyıldız, 2012). Znaniecki, değerler ile nesnelerin arasında bir ilişkinin varlığını ifade etmiştir (Yavuz, 2008: 25). Değer kavramı insanlık tarihi boyunca çok fazla tartışılagelmiştir (Beldağ, 2016: 101). Tartışmaların odak noktası değerlerin ancak öznel bir bakış açısıyla ele alınabileceğidir. Oysa toplumsal yapıyı teşkil eden toplumsal kurumların tümünün kendine ait değerlerinin olduğu bilinmektedir. Değerler, toplumların sosyo-kültürel ögelerine anlam veren ölçütlerdir (Özensel, 2004). Literatürde değer kavramına

yönelik çeşitli tanımlamalar yapılmıştır: Schwartz ve Bilsky (1987), literatürde yapılan değer tanımlarının ortak beş özelliğinin olduğunu vurgulamıştır ve bu değerleri: a) kavramlar ve inançlar, b) arzu edilen (istenen) durumlar hakkındaki davranışlar, c) belirli durumlarda üstün (baskın) olmaları, d) olayların ve davranışların seçilmesine veya değerlendirilmesine rehberlik görevi, e) göreceli önem sırasına göre sıralanması, şeklinde ifade edilmiştir. Bunlar değerleri, ihtiyaçlar ve tutumlar gibi ilgili kavramlardan ayıran biçimsel özelliklerdir (Schwartz, 1994). Değerler "tercihli davranış bilimidir" diğer bir ifadeyle değerler, tercihlerin işlevleridir. Bir değer; bir bireye özgü, açık veya örtük şekildedir. Değer, bir grubun karakteristiğini belli eden, seçimini etkileyen, arzu edilir yapılardır (Clyde Kluckhohn vd., 1951).

Değerler; insanların yaşamlarında yol gösterici ilkeler olarak hizmet eden, önemi durumlara göre değişen, arzu edilen hedefler olarak tanımlanmaktadır (Schwartz ve Sagıv, 1995). Değerler; arzulanan, durum ötesi hedefler olarak karşımıza çıkar ve insanların yaşamlarında yol gösterici ilkeler olarak değerlendirilir (Roccas, 2005).

Bireylerin ve toplumların kazanım elde ettikleri ve geliştirdikleri değerlerin tümü; kişilerin farklı durumlarda gösterdiği sürekli davranışlara yön veren köklü tutum ve inançlardır (Turan ve Aktan, 2008). Değerler, devamlı olarak başvurduğumuz; kararlarımıza ve bunun doğal sonucu olarak hayatımıza etki eder niteliktedir. İnsanların ve toplulukların ne kadar ahlaklı, ehil olduğunu sorgulamak ve kıyaslamalar yapmak için birtakım değer standartlarına başvururuz. İnandığımız, savunduğumuz ve önemsediğimiz değerlerden yola çıkarak başkalarının da ne tür bir değer ve tutum biçimine sahip olması gerektiği konusunda yargılarda bulunuruz. Buradan hareketle değerlerle ilişiği olmayan insan davranışı bulunmadığı varsayılabilir (Vurgun ve Öztop, 2011). Değer, toplumsal niteliği olan, kültürel anlamda reaktif, sosyal yapı ve bireyler itibariyle farklı biçimlere bürünen ve toplumlara göre farklılık arz eden oryantasyon standartlarıdır (Özensel, 2004). Değer kavramı ile eş anlamlı olarak "yaşam şekli veya hayat tarzı" gibi ifadeler de kullanılmaktadır. Bu ifadelerin kullanılmasındaki etken, değerin bir tercih durumunu işaret etmesidir. Değer, hayata bakış açımızı ve hedeflerimizi belirleyen, aldığımız ve alacağımız kararları etkileyen, inançlarımızı ve ilkelerimizi oluşturan bir tercihtir (Baloğlu ve Balgalmış, 2005).

Değer, belirli bir durumu, diğer bir duruma tercih etme eğilimi olarak tanımlanmaktadır. Değerler, hal ve hareketlere kaynaklık eden ve onları muhakeme etmeye yarayan anlayışlardır. Değerler ayrıca, bireylerin ve toplumların neye önem verdiklerini tanımlayarak talepleri, tercihleri, arzu edilen veya edilmeyen durumları gösterir (Erdem, 2003). Değerler, tavırlarımıza yön veren, kişiye kılavuzluk eden inançlar ve kaidelerdir. Fiil ve tutumlarımızın yerindeliğini, ahlakiliğini, erdemliliğini, etkililiğini tanımlamaya yarayan prensiplerdir (Tekin, 2019).

Yukarıda yapılan bu tanımlardan hareketle değer kavramının birçok yönden ele alındığı görülmektedir. Anlam açısından çok ciddi farklılıklar olmamakla birlikte her tanımlama değer kavramının farklı bir özelliğini ön plana çıkarmıştır. Genel itibariyle değerler, kişilerin davranışlarını ve hedeflerini yönlendiren sürekliliği olan inanış, düşünce ve ilkeleri içermektedir. Her bireyin daha fazla tercih ettiği, seçimlerini ve kararlarını etkileyen, ona yol gösteren, gelişimine fayda sağlayan değerleri vardır. Değerler davranışın belirleyicisi olmakla birlikte aynı zamanda bireyin veya grubun sergilediği davranışın sonucudur.

2.1.1. Değerlerin Diğer Kavramlarla İlişkisi

Değer kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için değerlerle ilişkili kavramların arasındaki benzerliklere ve farklılıklara vurgu yapılması gerekmektedir (Atay, 2003). Bu kapsamda Yorulmaz (2017: 62-68)'ın ele aldığı sınıflandırma ve detayları aşağıdaki şekilde açıklanmıştır:

Değer-İnanç İlişkisi: Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğüne göre; "*inanç, bir düşünceye, Tanrı'ya, bir dine inanma; akide, iman*" şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 17.11.2020). İnançlar, öğrenme sonucunda kazanılan, gelişen bilgi ve teknolojinin etkisiyle değişime uğrayan bilgi, kanaat ve varsayımlardan oluşmaktadır. Örneğin 15. yy. da dünyanın düz olduğuna inanılırken 16. ve 17. yy. da bilim insanları dünyanın yuvarlak olduğunu ve güneşin etrafında döndüğünü kabul etmişlerdir. Bu doğrultuda insanların büyük çoğunluğu dünyanın yuvarlak olduğu inancına sahip olmaya başlamıştır (Yemez, 2018: 107). İnanç; bilincin, bir sonucu kesin olarak kabullenmesi durumudur. İnançta şüpheye yer olmamakla birlikte bir kesinlik söz konusudur. İnançlar, bilgi, düşünce ve dini duyguları kapsayan psikolojik bir olgudur ve

çoğunlukla kişilerin sahip olduğu ilkelerin kaynağıdırlar (Yavuz, 2008: 36). İnsanın davranışlarını, düşüncelerini, hareketlerini şekillendiren ve onları etkileyen birçok faktör bulunur. Bunlardan biri de inançtır. İnanç sadece insan davranışlarını şekillendirmekle kalmayıp onun yaşam tarzını da oluşturmaktadır. Buna bir örnek verecek olursak kişi dini inancı doğrultusunda giyinir, duygularını dile getirir ve davranışlarını buna göre şekillendirir. Fakat inanç mekanizması tüm bireylerde aynı etkiyi göstermemekte insanların hayatındaki yeri ve değeri farklılık göstermektedir. Kimi insanın hayatının merkezinde iken kimi insan için bu derece önem arz etmemektedir (Yemez, 2018: 86). Değer kavramını açıklarken çoğunlukla değerlerin temelde inanç olarak tanımlandığı görülmektedir. Söz konusu bilgi olduğunda esas olan düşünmek iken değerde aslolan inanmaktır. Güngör (1998)'e göre değer bir inançtır ancak inancın spesifik bir hali olması sebebiyle inançtan daha yüksek bir zihin organizasyonudur. Çünkü değer, sadece bir inanca değil organize olmuş bir grup inanca karşılık gelir. İnançlar bir davranışın nasıl olduğuna ilişkin iken değerler nasıl olması gerektiği ile ilişkilidir.

Değer-Ahlak İlişkisi: Ahlak, eyleme dönüşen değer niteliğindedir. Bir kısım düşünürler ahlakı 'değer giydirilmiş eylem' olarak ifade etmişlerdir. Ahlak, eylem ve değer bileşkesinde var olan bir olgudur. Bir ayağı eylemde bir ayağı değerlerdedir. Sosyal hayatta değerlerin ilişkisinin kurulduğu en önemli alan ahlaktır. Değer hükümleri bir şeyin istenir/iyi ya da istenmez/kötü olduğunu belirten ölçütlerdir. Bu doğrultuda değer hükümlerinin tamamına ahlaki değer denilmemektedir. Ahlaki ve ahlaki olmayan değerler olarak ayrıma gidildiğinde ahlaki değerler zorunluluk bildirirken ahlaki olmayan değerler bir tercih, bir istek meselesidir (Yorulmaz, 2017: 63).

Değer-Sosyal Norm İlişkisi: Türk Dil Kurumuna (TDK) göre; *"norm, yargılama ve değerlendirmenin kendisine göre yapıldığı ölçüt, uyulması gereken kural, düzgü"* şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 17.11.2020). Değerler, normları içinde barındıran normlara göre daha genel ve normlara kaynaklık eden bir yapıdadır. Normlara ışık tutup, sosyal yaşamda ulaşılması istenen mutlak sonucu veya hedefi belirleyen şey değerlerdir. Normlar ise sosyal kurallar olarak görev üstlenir; temel ilkelerin nasıl, nerede ve ne ölçüde yerine getirilmesi gerektiğini belirler. Değerler,

temel ilkelerdir, normlar ise bu ilkelerin nasıl hayata geçirileceğini belirleyen kurallardır.

Değer-Tutum İlişkisi: Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre *"tutum; tutulan yol, tavır"* şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 17.11.2020). Tutum, birey için doğuştan gelmeyen sonradan öğrenilen, bireyin karşısına çıkan herhangi bir olguya (canlı veya cansız) karşı sahip olduğu tepkidir. Aynı zamanda tutumlar bireyin çevreye uyumunu kolaylaştıran ve bireylerin davranışlarını yönlendiren bir sistem özelliği taşır (Kutanis, 2014: 93). Tutum, belirli bir nesneye (fiziksel veya sosyal, somut veya soyut) veya duruma odaklanan, kişiyi tercihli bir şekilde yanıt vermeye yatkın kılan çeşitli inançlardan oluşan bir organizasyondur (Rokeach, 1968). Rokeach (1968), tutum ve değerin birçok ortak yönünün olduğu düşünülse de birbirinden ayırt edici özelliklerinin olduğunu şu şekilde vurgulamıştır: Değerler, birey, nesne ve pozisyonların üstündedir. Tutumlar ise birey, nesne ve olaylara karşı takınılır. Davranışların belirleyicisi değerler ve tutumlardır. Ancak değerler hem davranışların hem de tutumların belirleyicisidir. Tutumlar değerlere göre çok daha durağan yapıdadır.

Değer-Davranış İlişkisi: Davranış denildiğinde bireyin, hislerini, inançlarını, tutumlarını, değerlerini ve tüm bilişsel süreçlerini kapsayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Davranış, bir organizmanın içten gelen bir uyaran ve dıştan gelen bir etkiye karşı verdiği tepkidir (Tutar, 2018: 25). Davranış; değer, tutum ve davranış ilişkisinde değer ve tutumun somutlaşmış hali olarak değerlendirilmektedir. Değerler, tutumları meydana çıkarır; tutumlar ise davranışları etkilemektedir. Kişilerin sahip olduğu değerlere göre, sosyal ve fiziksel çevreden gelen uyarıcılara karşı göstereceği tepki çeşitlilik göstermektedir.

2.1.2. Değerlerin Özellikleri

Bireyin kimliğinde önemli bir yere sahip olan değerler kavramını araştıran Rokeach, değerlerin işlevlerine göre bazı özelliklere sahip olduğunu belirtmektedir (Rokeach, 1973: 13):

- Değerler, sosyal olaylar ve konular karşısında birtakım davranışlar sergilememizi sağlar.

- Kendimizi başka insanlara karşı tanıtmamamızda rehberlik eder.
- Durumlar karşısında değerlendirme yapmamızı, karara varmamızı sağlar. Böylelikle kendimizi ve diğer bireyleri ödüllendirme ya da cezalandırma yoluna gideriz.
- Değerler, karşılaştırma sürecinin esas noktasıdır.
- Değerler bize psiko-analitik anlamda inançların, tutumların ve davranışların nasıl rasyonalize edildiğini gösteren standartlardır. Aksi halde kişisel ya da sosyal kabul edilmezlik durumunda kişisel ve ahlaki yetkinlik duyguları, benlik saygısının zedelenmesine yol açar.

İnsan hayatında değerler, tüm kurum, yargı, norm ve davranış düzeylerinde etkin olgulardır. Diğer bir ifadeyle her beşerî oluşumun arkasında bir ya da birden fazla değerin yönlendirici etkisi bulunmaktadır. Bu yönlendirme; iyiyi ve kötüyü göz önüne sermeden, iyiye ödül, kötüye ceza belirlemeye kadar, sürecin her aşamasında kendini göstermektedir. Ayrıca değerler, bilim ve bilginin tam tersi olmuş olanla değil, olması gerekenle ilgilenir. Bu doğrultuda değerin, davranışa ve ülküye yönelik bir anlamı vardır (Akyüz, 2014: 3).

Aydın (2003)' a göre değerler;

- İnanışlar içermekle birlikte duyularla algılanamayan gerçekliklerdir.
- Bireylerin yaptığı şeyleri rasyonelleştirip içselleştirmelerine olanak verir.
- Genelde istenilen, ilgi duyulan, öncelik verilen şeylerdir.
- Her alanla ilişkilidirler ancak her alanın kendine has değerleri söz konusudur.
- Kişisel olmaktan çok toplumun ortak malıdır. Gerçekten de her değerin arkasında toplumun inancını yansıtan bir sistem vardır.

İnsan dünyaya belirli değerlerle donatılmış olarak gelmez. Pek çok bilgi, alışkanlık, beceri gibi değer yargıları da sonradan zaman içerisinde kazanılır (Metin vd., 2017). Değerler, kalıtımbilim ile aktarılamayan yaşam içerisinde sosyal rollerle öğrenilerek bir sonraki kuşaklara aktarılan bir olgudur. Sosyal öğrenme kuramı baz alındığında bireyin büyüdüğü ortam değer yargılarını belirler ve şekillendirir. Fertler, değerleri öğrenirken örnek alma ve davranışı kopya etme eğilimine sahip olur (Aktepe ve Yel, 2009: 609).

2.1.3. Değerler Hiyerarşisi

Değerler, kişilerarası dünyalarımızın anlaşılmasına ve çevreye uyum sağlamaya yardımcı olur (Clarke ve Micken, 2002: 68). Rokeach (1973) insanların bir hiyerarşi içinde, en önemliden en önemsize doğru düzenlenmiş bir değerler kümesine sahip olduğunu öne sürmüştür. Schwartz ve Bilsky (1987) de birçok kültürün aynı değer yargılarına sahip olduğunu ancak bu değer yargılarının önemi ve ifade edilişinde farklılıkların olduğu fikrini desteklemiştir.

Değerler, bireylerin veya toplumların davranışlarına kaynaklık eden ve onları muhakeme etmeye yarayan anlayışlardır. Değerler ayrıca yaşamda bireylerin neyi önemsediklerini tarif ederek istekleri, arzu edilen veya edilmeyen durumları gösteren bir tercih unsurudur. Bu bağlamda değerler, üstlendikleri anlama göre kendi aralarında sıralanırlar. Sıralanan bu değerler kümesi, değer önceliklerini tanımlayan bir sistemi oluşturur. Bireyler ve kültürler sergiledikleri değer öncelikleri sistemleriyle tasvir edilebilirler. Ayrıca değerlerin değişime açık yapılar olduğunu belirtmek gerekir. Zamanla değişen ihtiyaçların karşılanmasına yönelik değer önceliklerinde de değişiklikler olabilir (Genç ve Eryaman, 2008: 90). Örneğin, Orta doğuda hayat süren bir kişi için güvenlik ihtiyacı, statü elde etme, saygınlık kazanma ve başka kişilerden takdir görme gibi ihtiyaçlardan çok daha önce gelir. Batılı biri için maddi refah önemli bir yaşam değeri iken, bir başkası için ahiret selameti ve aile huzuru, diğer biri için ise estetik ve ahlaki değerler birincil derecede önem arz edebilir (Yıldırım, 2016: 14).

Ersoy'a (2006) göre, değerler hiyerarşisi kişinin hayatına yön veren ve kişinin yol haritasını çizmesini sağlayan önemli bir sistemdir. Kişi bu hedef ve yol haritasıyla davranışlarını şekillendirir ve ona uygun bir yaşam sürme gayreti içerisine girer. Bu doğrultuda bireyin hiyerarşide en üst sıraya koyduğu değer, onun en çok önem verdiği ve hayatının şekillenmesinde büyük rol oynayan temel değeridir. Örneğin, estetik değeri yüksek olan bireyin güzelliğe ve düzene, iktisadi değeri yüksek olan bireyin paraya, maddeye, refaha, rekabete ve daha çok kazanma hırsına, dini değerlere önem veren bireylerin ise tevazuya, birlik ve beraberliğe ve nefsi fedaya yatkın olmaları beklenir.

Allport, Vernon ve Lindzey de çalışmasında değerleri, altı değer yönelimi şeklinde ifade etmektedir. Teorik (veya İlmi), İktisadi, Siyasi, Estetik, Sosyal ve Dini değerler (Kopelman ve Rovenpor, 2006: 16). Bunlar insan hayatının belli başlı varlık sahaları olduğuna göre herkes kendi yaşamında bu değerlere şu ya da bu derecede bir kıymet verir veyahut bunlar karşısında belirli bir davranış sergiler. Değerler bir yönden bizim hayatımızın hedefleridir; hatta yalnızca kendi hayatımızın değil, başka bireylerin de hayatı için gaye olmasını istediğimiz şeylerdir. Değer bazen yalnızca bireyler için belirleyici olurken bazen de tüm toplum -yani toplumdaki bireylerin çoğunluğunun tanınmasına olanak sağlar. Mesela, bir kişinin hedefi sakin bir hayat içinde ilim veya sanatla uğraşmaktır; bir başkası diğer insanları da kendi beğendiği yola çekmeyi kutsal bir görev sayar; bir diğeri için ise hayattaki bütün huzur ve saadetin yalnızca iktisadi kudretle mümkün olacağına inanır (Güngör, 1998).

Aynı toplum ve kültür içerisinde yaşayan kişiler birçok faktörün etkisiyle farklı değer hiyerarşisine sahip olabilmektedir. İnsanların kişilik farklılıklarının yanı sıra gelişim ve dış-iç çevre farklılıkları, yaşam içerisinde farklı etkilere maruz kalışları, değerlerin öneminin farklılık göstermesine, dolayısıyla da hiyerarşide bir farklılığın oluşmasına sebep olur (Yıldırım, 2016: 15).

2.2.Dini Değerler

2.2.1. Din Kavramı

Din kavramı sözlük tanımı ve Kuran-ı Kerimdeki ifade ediliş şekli bakımından anlamsal olarak farklılık göstermektedir. Öncelikle Kuran-ı Kerimde geçer bağlamda kavram anlatılmaya çalışıldığında Arapça bir sözcük olan din, sözlük anlamı itibarıyla; 1) adet, yol, gidişat "*Firavun dedi ki: Bırakın beni! Musa'yı öldüreyim, varsın Rabbine yalvarsın. Çünkü ben onun, dininizi değiştireceğinden yahut yeryüzünde fesat çıkaracağından korkuyorum."*[2] 2) ceza, mükafat, hesap, ceza ve mükafatın verildiği gün. "*Din, yalandır diyeni gördün mü? İşte o yetimi itip kakar, yoksulu doyurmaya teşvik etmez…"*[3] 3) galip gelmek, egemenlik. 4) Bir ülkede uygulanan kanun ve kurallar bütünü. 5) Boyun eğme, kulluk, itaat. 6) İnanç ve ibadet sistemi *"… her mescidde yüzlerinizi O'na (kıbleye) doğrultun ve dini yalnızca Allah'a has kılarak*

[2] Mü'min Suresi, 26. Ayet.
[3] El-Maun Suresi, 1-3. Ayet

O’na yalvarın…”[4] 7) Sorumluluk alma. *“Sizi O seçti; din hususunda Allah üzerinize hiçbir zorluk yüklemedi…”*[5] 8) Allah tarafından peygamberler aracılığıyla gönderilen, aslını muhafaza eden ve insan eliyle herhangi bir değişikliğe ve dönüşüme uğramayan din, hakiki din, İslam dini. *“İbrahim bunu kendi oğullarına vasiyet etti. Yak’ub da “Oğullarım! Allah sizin için o dini (İslam’ı) seçti. O halde sadece Müslümanlar olarak ölünüz.” dedi.”*[6] 9) Yaşam tarzı, hayatın nasıl yönlendirilmesi gerektiğine dair tutum, ilke, inanç ve değerler bütünü. *“Allah elçisini hidayet ve hak dinle gönderdi ki o (hak) din bütün dinlere üstün olsun. Şahit olarak Allah yeter.”*[7](Feyizli, 2019). olarak tanımlanmıştır (Gündüz, 2017: 122-123).

Batı dilinde din, “religion” kelimesiyle ifade edilmekte olup “religare” ve “religere” köklerinden türemiştir. Tanrıya korku ve saygı, bağlılık, ibadet etme, çeşitli tören ve ayinlere katılma şeklinde tanımlanmıştır. Türkçe karşılığı ise “bir inanç sistemi yahut bir inancın kurallar bütünü” olarak karşımıza çıkmaktadır (Karacoşkun, 2004).

Dinin tanımını yapmak oldukça güçtür. Batı’da genel kabul gören görüşe göre din, Tanrı ya da tanrılar hakkındaki yahut direkt o/onlara dönük inanç ve uygulamaları kapsar (Aktaran: Batuk ve Turan, 2013: 3; Stangroom, 2007).

Bilim insanları tarafından dinin birbirinden farklı tanımlarının yapıldığı görülmektedir. Bu sebeple din kavramının herkes tarafından kabul gören ve her dini içine alan tek bir tanımla ifade edilmesinin kolay olmayacağı aşikardır. Yapılmış tanımlarda çoğunlukla, dinin önemli bir yönü ortaya konmuştur (Önder ve Bulut, 2013).

Her bir analist kendi deneyimlerini bireysel dini formülasyonuna enjekte etmek için konuyu bir şöyle bir böyle değerlendirme çabası içindedir. Ancak bu görüşün doğru bulunmadığı din üzerine yazan psikologlar tarafından şu şekilde ifade edilmektedir: Kendine özgü ve tek diye niteleyebileceğimiz bir dini duygu yokken bir dini obje üzerine yoğunlaşmış geniş ve farklı tecrübeler topluluğu mevcuttur. Genel

[4] A’raf Suresi, 29. Ayet
[5] Hac Suresi, 78. Ayet
[6] Bakara Suresi, 132. Ayet
[7] Fetih Suresi, 28. Ayet

olarak din kavramı, bir bağlılık ve teslimiyet duygusu olarak tanımlanmaktadır (Aktaran: Sambur, 2016: 23-24; Allport, 2014).

Din kavramı; kutsalı, kutsala karşı duyguyu, Tanrı'ya karşı korku ve sevgiyi, içten bağlılık ve inancı, ona karşı kulun takındığı kulluk durumunu, kısacası kulun Tanrı'ya karşı tavrını belirleyen bir olgudur (Tümer, 1987). Din, bireyin kendisine ve sonsuzluğa karşı tutumudur (Aktaran: Yıldırım, 2017: 80; Bartley, 2017). Tolstoy, aklı başında bir varlığın dinsiz yaşayamayacağını çünkü evvela ve sonra neyi yapması gerektiği konusunda ona hakikaten yol gösteren sadece ve sadece din olduğunu, nasıl ki bir insan kalpsiz yaşayamaz aynı şekilde din olmaksızın da insanın aklı başında bir hayat süremeyeceğini ifade etmektedir (Aktaran: Çiftkaya, 2009: 11-17; Tolstoy, 1902).

Dinlerin en belirgin özelliği insanoğlunun varlıksal sorularına ve problemlerine cevap üretmeleri ve her geçen gün üretmeye devam etmeleridir. Dinin başlıca fonksiyonu; insanın anlam arayışında ona yol göstermek, dünyaya ve yaşadıklarına bir bakış açısı kazandırmak ve insana hayatını kendine göre düzenleyebileceği bir değerler sistemi sunmasıdır (Demirezen, 2010). Din insanlar için her zaman önemini korumuş, birey ve toplum için lüzumlu bir kurumdur. Birçok ilim dalının doğmasında ve gelişmesinde, insanlık tarihi boyunca insanın kâinata ve kendisine bakışında, hakikat arayışında dinin ehemmiyeti çok büyüktür (Tümer, 1987).

Din, ilk aşamada bireye dünyayı ve yaşamı anlaşılabilir hale getirme ve yorumlama, sorgulama imkânı sağlayan bir olgudur. Bu sebeple din olgusunun, kültürel kodlar taşıyan kaynaklara kıyasla daha kuvvetli bir şekilde fert ve grup kimliğinin oluşmasında, gelişmesinde ve korunmasında katkısı büyüktür. Bütün dinler, kimliğin oluşumu esnasında ilgililerine faydalı manevi değerleri, örf ve adetleri, tutarlı normları kendine has bir teoloji ile sağlamaktadır (Yemez ve Akdoğan, 2019).

Din, insanın özellikle metafizik konulardaki arayışlarına cevap vermede ve hayatını şekillendirecek değer yargılarına ulaşmasında (Akıncı, 2005) yaygın anlamda inanç sisteminde kutsala inananlar için bir yaşam biçimini öngören sistemdir (Gündüz, 2017).

2.2.2. Dini Yönelim

Filozoflar, sosyologlar ve politik teorisyenler din ve değer arasındaki ilişkiyi farklı farklı analiz etmişlerdir. Örneğin, toplumu değiştirme motivasyonuna zarar veren kitlelerin uyuşturucu etkisine istinaden Marx'ın dini görüşü, dindar insanların alçak gönüllülüğe ve itaat etmeye değer vermesini savunurken bağımsızlık ve gücü değersizleştirmeyi önerir. Durkhem'in din ve intihar analizi, Katoliklerin Protestanlardan gelenek ve toplumsal bağlara saygı gibi değerleri vurgulamada daha iyi olduklarını vurgular. Halbuki Protestanlar, özerlik ve özgürlüğe daha çok önem verirler. Weber'e göre Kalvinist Protestanlık, hoşgörü, zevkin pahasına zenginlik, başarı, hırs ve azmi vurgulamak için inanan kitleyi etkileyerek Batı Avrupa ülkelerinde sanayileşmeyi teklif edip bunun için desteklerde bulundu (Schwartz ve Huismans, 1995).

En egemen değerler, bireyi aşan değerlerdir. Kişilerin üzerinde en çok etkisi olan da bu değerlerdir. Bunların başında toplumun çeşitli kesimleri tarafından özümsenmiş olan dini değerler gelmektedir. Dini değerlerin bu derece önemli olmasının sebebi hem insanın anlam arayışına ve hayatına yön verici bir güç olması hem de önemli bir kültür unsuru olmasıdır (Yavuz, 2008).

Değerleri kişilerin davranışını etkileme fonksiyonuna göre sıralamak istersek bir uçta bireyin şuurlu olarak kabul ettiği, içselleştirdiği, moral açıdan en güçlü değerler bulunur. Bu değerlerin çiğnenmesi normal bir bireyde utanma duygusu ve suçluluk hissi uyandıracaktır. Din ve ahlaka ilişkin değerler bu kategoride değerlendirilmektedir. Estetik zevk konuları, görgü kuralları gibi daha alt düzeyde zorlayıcılığa sahip değerler ise diğer ucu temsil eder. Birey çoğu zaman bunlara ahlaki bir zorunluluk hissetmeden bir alışkanlık olarak uyum sağlar (Kaymakcan ve Meydan, 2015).

Değerlerin dayanak sağladığı birçok kaynak vardır ve bu kaynakların en önemlilerinden biri dindir. Tarih incelendiğinde dinlerin, insanın karşılık bulamadığı akıl ve deneyimle ulaşamadığı sorularına cevaplar sundukları, yalnızca metafizik sistemler değil hem kişisel hem de toplumsal yaşama el uzattıkları ve insanın her tür düşünce ve tutumuna egemen olan bir değerler sistemi ve dünya görüşü oluşturdukları

görülür. Dinin sağladığı bu kazanımın yani dünya görüşünün ve amaçlarının doğru olarak anlaşılmasının da yalnızca insanın ve onun değerlerinin tanınmasıyla mümkün olacağı açıktır (Mehmedoğlu, 2013).

Dinin hem tanımsal kaynağı hem de önemli bir parçası olduğu anlaşılan değerler, gerek bireysel aksiyonların ana güdüleyicileri gerek toplumsal bütünleşmenin oluşturucuları olarak, arzu edilirlik, önemlilik ve yararlılık atfedilen soyut ve genel yol göstericiler ya da davranış ölçütleridir (Bodur, 2015).

Dini değerlerin oluşmasında insanın doğuştan getirdiği birtakım özelliklerinin yanında, insanın içinde bulunduğu toplum ve aldığı eğitimin önem derecesi oldukça yüksektir. Aile, toplumun en küçük birimi olarak eşref-i mahlukat olan insanın yetiştirildiği, eğitimin ilk ve en etkili gerçekleştirildiği yerdir. Bireyler aile aracılığıyla savundukları kendi değerlerini yeni kuşaklara aktarırlar. Dolayısıyla kişi, ilk dini ve ahlaki değerlerini ailesinden öğrenir (Aybey, 2018).

Dini değerler, bireylerin yaşamına yön vermekle birlikte bireylerin yaptığı tercihleri, ne tüketeceğini, kiminle ne şekilde ilişkide bulunacağını etkilemektedir. Ayrıca değerlere olan bağlılık bireyden bireye farklılık göstermektedir. Daha dindar ve manevi değerlere önem veren bireylerin inançlarından dolayı daha fazla ahlaki tutumlar sergilemesi beklenmektedir (Tiltay ve Torlak, 2011). Herhangi bir değerin dini değer olabilmesi söz konusudur. Çünkü din ile değerler çeşitli yönlerden birbirleri ile ilişki içindedir. Örneğin toplumsal değerler, o ya da bu şekilde dinden beslenir. Teorik açıdan incelendiğinde değerin iki yönü vardır. Bunlar: 1) Bilme, 2) İnanma'dır. Hatta bir bilgi eyleminde mühim olan düşünmek olduğu halde bir değerde önem arz eden inanmaktır. Bu doğrultuda değerdeki inanma ekseni değerleri dine bağlar. Ancak hiçbir değer sadece inanca dayandırılamaz. Hem bilgi hem de inanç değeri birlikte oluşturur. Çünkü değer kavramında inanmak, düşünme eylemi ile tamamlanır. Dolayısıyla ister doğrudan ister dolaylı olsun, din bizzat değerlerin yaratılmasını, beslenmesini, korunmasını ve sonraki kuşaklara aktarılmasını sağlamaktadır (Yemez ve Akdoğan, 2019).

Bu çalışmada araştırılan konu Türk toplumunun büyük bir çoğunluğunun inancı gereği İslam dini üzerinden ele alınmıştır. Dolayısıyla dini değerler konusu İslam dini üzerinden biraz daha açıklanmaya çalışılmıştır.

Yüce Allah (c.c) Kur'an-ı Kerim'de şöyle buyurmaktadır: *"Şüphe yok ki Allah katında hak din, İslam'dır."*[8]. İslam dininin asıl gayesi, kişileri insan-ı kâmil olma seviyesine çıkarmak, dünyada güven içerisinde huzurlu bir hayat yaşatmak, ahirette de sonsuz saadet ve mutluluğa kavuşturmaktır. İslam dininin değerleri, her asırda insanların bu temel arzu ve isteklerini yaşatacak şekilde kusursuz olup, kıyamete kadar devam edecektir. İslam dininin temel değerleri, "zaruriyyat" olarak nitelendirilebilir. Bu nitelendirme konusunda bir nass (ayet/hadis) olmasa da dinin gönderilme amacının üzerinde görüşlerini ifade eden bilim insanları bu konuyu "zaruriyyat" başlığı kapsamında incelemiştir (Önder ve Bulut, 2013). "*Zaruriyyat, onsuz olmayan, din ve dünyevi işlerin ayakta durması kendilerine bağlı olan hususlardır." Bunların olmaması durumunda, dünya işleri normal seyrinden çıkar. Kargaşa ve fesat doğar, hayat son bulur. Keza, bunların bulunmaması durumunda ahirette de kurtuluşa erme ve cennet nimetlerine kavuşma imkânı ortadan kalkar, apaçık bir hüsrana maruz kalınır* (Pekcan, 2008: 139). İslam hukukçularına göre Zaruriyyat olarak ifade edilen unsurlar beş temel değerden oluşmaktadır. Bunlar, "beş temel ilke (el usul el hamse)", "ed-darüratu'l- hamse: beş mecburi ilke" şeklinde ifade edilen muhafazası öncelikli hedeflerdir.

1. Dinin korunması,
2. Canın korunması,
3. Aklın korunması,
4. Neslin korunması,
5. Malın korunması.

Bu beş temel değerden toplu halde ilk söz eden kişi İmam Gazali olmakla birlikte sonrasında ona karşı hiçbir itirazın yapılmadığı görülmektedir. Ayrıca İmam

[8] Al-i İmran Suresi, 19. Ayet.

Gazali'ye göre bu temel beş değeri İslamiyet gibi diğer dinler ve toplumlar da göz önünde bulundurmaktadırlar (Önder ve Bulut, 2013).

Dini değerler, bireyin Allah'a imanı, Allah'ın emir ve kurallarına uyması öz olarak Allah'a kulluğa yakışır şekilde ibadet etmesi olarak nitelendirilir. Dini değerler ile birey ahlaki yönden örnek olma çabası içerisindedir ve onun bu ahlak kodları başkaları tarafından model olarak alınır. Dini değerde, Allah sevgisi ve rızası esas alınmaktadır. Allah sevgisi, yaratıcımız ve ilahımız olan Allah için başka tüm değerleri feda etmek demektir (Akto, 2014).

Değerler ile dini yönelim arasında güçlü bir ilişki vardır. Din geçmiş ve günümüz toplumlarında önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişilerin bağlı oldukları dine ilişkin görüşleri, onların dini yönelimlerini ortaya çıkarmaktadır (Yılmaz, 2013). Dini yönelim, bireyin inancını ve değerlerini uygulama veya yaşama tarzını ifade eder (Cirhinlioğlu, 2006). Dini yönelim, "dine ve dinin gerekliliklerine karşı belirli pozisyonları almayı" ifade eder. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere dinin hem bireyin kendisi için hem de dünyaya bakış açısındaki rolünün kaynağı olduğu kastedilmektedir (Harlak ve Eskin, 2018).

Dini yönelimin en açık şekilde çerçevesi Allport (1963) tarafından oluşturulmuş ve dini yönelim; içsel ve dışsal dini yönelim olarak iki şekilde incelenmiştir (İkis ve Kuşat, 2021: 114). Dini yönelim, inanışa bir anlam kazandırma ve bunu yaşama uyarlama biçimidir. Kişiyi inanışa yönelten ve bunu davranışa dönüştürürken onu motive eden etkenlerin neler olduğu inanışın algılanış ve eyleme geçiriliş sürecinin nasıl olduğu dini yönelim biçimlerine bağlıdır. Bireyi dine yönelten içsel ve dışsal yönelim "kişiden kişiye farklılık gösterir" savını savunan ilk kişi Gordon Allport'tur (Erdoğan, 2015).

Allport (1963) içsel dini yönelimin, dışsal dini yönelime kıyasla daha fazla tedavi edici ve koruyucu olduğunu belirtmektedir. Dışsal dini yönelime sahip bireyler için din sıkıcı bir alışkanlık veya ara sıra yapılan törenler, ailesel ya da kişisel rahatlamaya ihtiyaç duyulduğunda kullanılacak bir şeydir. Bu kullanım bireyin statüsünü iyileştirmek, kendine olan güvenini güçlendirmek, gelirini artırmak, arkadaş, güç ve çevre kazanmak için olabilir. Dışsal dini algılar, kişisel menfaatlere

hizmet eder. Dışsal dini değerler, her zaman araçsal ve faydacılığı ifade eder. Bu yönelime sahip bireyler, dini kendi amaç ve menfaatleri için kullanma eğiliminde olup içsel dini yönelime sahip bireylere göre daha fazla önyargılıdırlar. Dışsal dini yönelime sahip bir birey dini görüşlerini kendine güvenlik, rahatlık, statü veya sosyal destek sağlamak için kullandığını savunur. Din kendi başına bir değer değildir ve gerektiğinde ihtiyaç duyulan ve birtakım ihtiyaçlara hizmet eden bir olgudur. Diğer bir ifadeyle dışsal dini yönelime sahip kişiler benimsedikleri inancı önemsiz gördükleri için bu kişilerin kendine hizmet eden amaçlar için dinlerini kullandıkları söylenmektedir. Dışsal yönelimde benimsenen inanç hafifçe tutulur veya daha fazla önem arz eden birincil ihtiyaçlara uyacak şekilde seçilerek şekillendirilir. Teolojik terimlerle ifade edilecek olursa dışsal tip, Tanrı'ya yönelir ancak bunu kendi benliğinden uzaklaşmadan yapar. Dışsal olarak güdülenmiş birey, dinini yaşamaktan ziyade onu somut ve somut olmayan kazançlar elde etmek için kullanmaktadır. Dine bu yaklaşım tarzı referans alınırsa dini yönelime işlevsel dindarlık ya da psikolojik ihtiyaçlar dindarlığı da denilmektedir (Allport, 1963; Harlak ve Eskin, 2018; İkis ve Kuşat, 2021: 114).

İçsel din ise araçsal bir oluşum değildir. İçsel dini yönelim, bir araç görevini üstlenmez. Bu yönelime sahip bireyler yaşamlarındaki ana nedenlerini dinde bulurlar. Bir inancı benimseyen birey, onu içselleştirmeye ve onu tam anlamıyla takip etmeye çalışır. Böylelikle dinini yaşar hale gelir. Birey, dininin tüm inançlarını içselleştirirken onun alçakgönüllülük, şefkat, hoşgörü, saygı ve komşu sevgisi gibi değerlerini de zorunlu olarak içselleştirir. Dinin içsel ve baskın bir değer olduğu böyle bir yaşamda aşağılama, küçümseme, nefret gibi olumsuz duygu ve davranışlara yer yoktur (Allport ve Ross, 1967). İçsel dini yönelime sahip bireyler, dini hayatlarında asıl amaç olarak görürler. Din, yaşama anlam veren en önemli değerler sistemidir. Kişi, hayatını ve hatta günlük yaşantısını dahi dine göre şekillendirir. Dinin egemenliği, birey için yaşamın her alanında kendisini gösterir (Cirhinlioğlu, 2010). İçsel dini yönelimde, dini büsbütün hayatla özdeşleştirme, dini nihai bir amaç olarak idrak etme vardır. İçsel dini yönelime sahip birey yaşamını dinin gerekliliklerine göre sürdürmeye çabalar. Bu doğrultuda kendini feda edecek şekilde inanç ve değerlerine sıkı sıkıya bağlıdır ve ibadetlerini düzenli olarak yerine getirir (Harlak ve Eskin, 2018). Kişi, inanışa içsel bir motivasyonla yöneliyorsa din en önemli güdü haline gelir. Birey bu sayede tüm

yaşam alanlarını inanışıyla ahenkli hale getirir. Din bu kişilerde bir amaca ulaşmak için seçilen bir araç değildir. Kişi, çevreyi ve yaratılan her şeyi ne olursa olsun kabul etme eğilimine girer (İkis ve Kuşat, 2021: 114).

2.3.Materyalist Değerler

2.3.1. Materyalizm Kavramı

İslam ansiklopedisine göre *"materyalizm, maddi alemin ötesinde herhangi bir varlık alanı tanımayan dünya görüşü"* şeklinde ifade edilmektedir (TDV, 07.11.2020). Materyalizm sözcüğünün dilimizdeki karşılığı, maddeciliktir. Bu görüşü benimseyen kişilere de maddeci yahut materyalist denilmektedir (Akgün, 2014). Maddeciler, dünyada var olan her şeyin özünün fiziksel ya da maddi olduğunu savunurlar. İlk maddeciler, dünyayı fiziken açıklamaya çalışırken toprak, rüzgar, ateş ve su faktörlerine ayırıyorlardı. Onlara göre ruhlar ya da maddi olmayan varlıklar yalnızca hayal aleminde var olabilir ve bu alem dahi fiziksel özelliğe sahiptir (Aktaran: Süha, 2010: 180-190; Moseley, 2008).

Materyalizm kavramının kökleri felsefeye dayanmakla birlikte bu terimin kullanımı İngiliz filozof Ralp Cudworth'un materyalizm terimini evrenin atomistik teorilerini sınıflandırmak için kullandığı 1678 yılına kadar uzanmaktadır. O yıllardaki bilim insanlarına göre materyalizm, fikirler dahil her şeyin sadece maddeye dayandığını savunarak maddi olmayan (manevi, zihinsel) bir dünyanın varlığını reddeden görüşü ifade etmektedir (Shrum ve Rustagi, 2018).

Lenin, maddenin en tam ve tutarlı tanımını şu şekilde yapmıştır: "Madde, insanların duyumları tarafından verilen, duyumlarımızdan bağımsız olarak var olan, duyularımız tarafından kopya edilen, resmedilen ve yansıtılan, nesnel gerçeği gösteren felsefi bir kategoridir. Materyalist anlayışta madde, insan bilincinin dışında var olan her şeyi kapsar (Adalı, 2011).

Materyalizm en yaygın şekliyle, "bilimsel bilginin üstünlüğünü savunan felsefi eğilim; doğaüstü, zihinsel inançlara karşı ya da seziden ayrı olarak var olan objektif gerçeklikler bulunduğunu kabul eden teori" olarak tanımlanmaktadır. Böyle bir materyalizm anlayışı, dünyada fizik ile açıklanamayan varlık ve kuralların

bulunmadığını kabul etmektedir (Aydeniz, 2010). Bu görüşü destekler nitelikte, materyalizm; dünyada fizik tarafından öne sürülen varlıkların (ya da tabi ki gelecek ve daha yeterli fiziksel teoriler tarafından varsayılacak olan varlıklar) üzerinde hiçbir şeyin olmadığı teorisidir (Smart, 1963).

Materyalizm, varlık ya da gerçeklik hakkındaki bir görüştür. Bu görüşe göre var olan veya gerçek olan yalnızca maddedir. Madde evrenin temel ve asli kurucu unsuru olmakla birlikte zihinsel varlıkların, süreçlerin veya olayların tek sebebi maddedir. Doğaüstü, zihinsel hiçbir şey var değildir. Materyalizm, her şeyin madde yahut hiç değilse maddi olduğunu savunanların görüşüdür (Akgün, 2014).

19. yüzyılda Sanayi Devrimi'nin ortaya çıkmasıyla birlikte materyalizm felsefi bir kavram olmaktan çıkarak, somut ve nesnel olan (dünyevi mallar ve zevkler) yapıyı savunurken soyut ve manevi (ebedi yaşam ve din) yapıyı küçümseyici bir konuma geçmiştir (Shrum ve Rustagi, 2018). 20. yüzyıla gelindiğinde ise materyalizm, tüketici davranışının birçok yönünde merkezi bir rol oynamaktadır. Materyalizm, felsefe ve sosyolojide köklü bir kavram olmasına rağmen, tüketici araştırmacıları nispeten yakın zamanda materyalizmin sistematik araştırmalarını üstlenmiştir. Tüketici araştırmacıları, genel olarak materyalizmi anlam ve mutluluk için eylemlerimize ve arayışlarımıza rehberlik eden ve böylece ulaşmak istediğimiz hedefleri ve araçları etkileyen bir özellik veya değer olarak kavramsallaştırmışlardır (Wong vd., 2011). Materyalizm, bireylerin tutum yapısının bir parçası, kişisel değerleri yansıtan bir dizi özellik veya bir değer olarak görülmektedir (Kilbourne, 2005).

Richins ve Dawson (1992)'a göre materyalizm, tüketim alanları dahil olmak üzere çok çeşitli durumlarda bireylerin davranışlarına ve tercihlerine yönelik rehberlik görevini üstlenen bir değerdir. Tüketim odaklı bakıldığında materyalizm, satın alınan mal ve hizmetlerin türünü ve miktarını etkileyecektir. Tüketimin ötesinde materyalizm ise zaman da dahil olmak üzere birçok farklı kaynağın tahsisini etkileyecektir. Materyalizm, arzu edilen son durumlara ulaşmak için kullanılan bir değer özelliği taşır.

Alan yazında tüketici davranışı olarak materyalizm ilk kez Russel Berk tarafından kavramsallaştırılmıştır. Belk'e (1985) göre materyalizm, bir tüketicinin dünyevi mülklere verdiği önemdir. Materyalizmin en yüksek seviyelerinde, mülk

edinme bireyin yaşamında merkezi bir yer alır ve en büyük tatmin ve memnuniyetsizlik kaynaklarını sağladığına inanılır.

Materyalizm, "bir tüketicinin maddi varlıklara atfettiği ehemmiyet", ya da "maddiyatın kişinin hayatındaki önemi konusundaki temel inançlar bütünü" olarak tanımlanmaktadır (Karabati ve Cemalcilar, 2010). Bu inançlar, maddi varlıkların bir bireyin yaşamından memnuniyetinin veya memnuniyetsizliğinin birincil kaynağını temsil etme derecisiyle kendini gösterir (Rindfleisch, Burroughs ve Denton, 1997).

Popüler kullanımda materyalizm, Oxford English Dictionary'de tanımlandığı gibi daha çok "maddi ihtiyaçlara ve arzulara bağlılık, manevi meselelerin ihmaline; tamamen maddi çıkarlara dayalı bir yaşam tarzı, görüşü veya eğilimi" olarak ifade edilmektedir (Richins ve Dawson, 1992). Kilbourne (2005), materyalizmi "… alma ve harcamaya duyulan ilgi", şeklinde tanımlarken buna, " … refahın kişinin nesneler ile ilişkisiyle geliştirilebileceği" inancını ekler.

Materyalizm, "hayattaki temel hedeflere ve arzu edilen konuma erişebilmek açısından maddi varlıklara sahip olmaya ve bunları edinmeye atfedilen ehemmiyet" olarak ifade edilmektedir (Giddens, Schermer ve Vernon, 2009).

Sosyal bilimler alanında yapılan tüketici davranışı araştırmalarının odak noktası olmakla beraber günümüz modern yaşamda da örneklerine sıkça rastladığımız bir kavram olan materyalizm; kişilik özelliği, kişisel bir değer, dışsal hedef arayışı ve kimlik güdüsü gibi farklı şekillerde, farklı bakış açılarıyla tanımlanmış ve kavramsallaştırılmıştır. Bir sonraki bölümde bu farklı tanımlamalar açıklanmaya çalışılmıştır.

2.3.2. Materyalizme Farklı Bakış Açıları

Materyalizm kavramı farklı bakış açıları ile ele alınarak açıklanmış ve kavramsallaştırılmıştır. Bu farklı bakış açıları materyalizmin iyicil ya da kötücül anlamlar taşıdığı noktasında birbirinden farklılık göstermektedir (Arslan, 2020: 44).

Belk (1984) materyalizmi, kişilik statüsünde değerlendirmekte olup "bir tüketicinin dünyevi mülklere verdiği önem" olarak tanımlamıştır. Belk (1985)'in geliştirdiği ölçeğe göre materyalizm "sahip olma", "cimrilik" ve "kıskanma" şeklinde

tanımlanan üç alt boyuttan oluşmaktadır. Ger ve Belk (1996) tarafından geliştirilen materyalizm ölçeğine, bu üç boyuta ek olarak somutlaştırma şeklinde de ifade edilen koruma/muhafaza etme boyutu eklenerek dört boyutlu bir yapı oluşturulmuştur. Aşağıda bu araştırmanın ana değişkenlerinden biri olan materyalizm kavramının boyutları kısaca açıklanmaktadır:

Sahip Olma (Possessiveness): Sahiplik, kişinin mal mülk sahibi olma isteğinin yanında mülkiyetini ve mülkiyetinin kontrolünü elinde tutma eğilimi olarak tanımlanmıştır. Materyalist kişiler kiralama ya da borçlanma yerine mülke sahip olup kontrolü elinde tutmak isterler. Sahiplikler, kişilerin maddi varlıklarını (para, sözleşmeler ve parasal yükümlülükler gibi), etrafındaki kişileri (çalışanları, arkadaşları, ailesi vb.), deneyimlerini (tatil gibi) ve sahip olunan sembolleri (isim, unvan vb.) içermektedir. Sahip olunan her ne varsa bunlar diğer insanlardan ve onlarla olan ilişkilerden daha fazla önem arz etmektedir (Belk, 1985: 267).

Cimrilik (Nongenerosity): Kişilerin sahip oldukları maddi varlıkları, deneyimlerini, bilgi ve birikimlerini veya bulundukları pozisyonları paylaşma isteksizliği olarak tanımlanır. Aynı zamanda bu kişiler ödünç verme, bağış yapma gibi hayır işlerine de oldukça karşıdırlar (Belk, 1985: 268).

Kıskançlık (Envy): Başka bir kişinin malına, mutluluğuna, başarı ve itibarına veya bulunduğu konuma karşı hoşnutsuzluğu ve kötü niyeti içerir. İster deneyimler ister maddi varlıklar veya kişiler olsun başkalarının mülkü için yüksek düzeyde arzu içerir. Materyalist bireyler arzuladıkları eşyaya sahip olanlara kızar ve bu doğrultuda kendilerini küçük düşürülmüş hissederler (Belk, 1985: 268).

Muhafaza Etme (Preservation): Olayların, deneyimlerin ve hatıraların maddi biçimde korunmasını içerir. Bellek yüklü nesneleri somutlaştırmaya, korumaya ve muhafaza etmeye yöneliktir (Ger ve Belk, 1996: 64).

Kasser ve Ryan (1993), materyalizme kişilerin ulaşmak istediği maddi unsurlar yönünden bakarlar. Materyalizm kavramını sosyal statü, dış görünüş, kazanç odaklı başarı gibi dıştan denetim odaklarının kontrol ettiği maddi yatırım ve kazanç arayışı olarak görürler. Dışsal hedefler, kişiye dıştan mükafatlandırma ya da statü

kazandırmanın bir yoludur. Başka bir açıdan bakıldığında bu hedefler öz güvensizlik ve öz değer yetersizliğinden beslenir. Dışsal hedefler, öz kabul, olumlu bağlılık ve bir gruba ait olma gibi içsel denetim mekanizmalarıyla yan yana değerlendirilir.

Daha yakın zamanlarda ise materyalizm bir değer olarak nitelendirilmiş ve bu bağlamda incelenmiştir. Örneğin, Richins ve Dawson (1992), materyalizmin tüketime ek olarak çeşitli bağlamlarda davranışa rehberlik eden bir değer olduğunu ileri sürerler. Sahip olma ve bireysel maddi değerler arasındaki ilişkiyi de inceleyerek, bireylerin kişisel değerlerine bağlı olarak sahip oldukları eşyalarda farklı anlamlar bulduğu sonucuna varılmıştır (Kilbourne, 2005). Materyalist değerler üç boyut kapsamında değerlendirilmektedir. Bunlar: "sahiplik tanımlı başarı" (bireyin ve diğerlerinin başarısı sahip oldukları mallar ve onların kalitesiyle ilgilidir), "satın alma merkeziliği" (asıl gaye tüketim seviyesinin en üst düzeye çıkarılmasıdır) ve "mutluluk peşinde edinme" (kişisel mutluluk ve refah için mülk ve parayı vurgulayan yönelimdir) dir (Richins ve Dawson, 1992).

Materyalizm kavramı, genel olarak iki farklı yönde incelenmiştir. Bazı araştırmalarda kişilik özelliği olarak bazılarında ise bir değer olarak açıklanmıştır (İnce, Bozyiğit ve Kadıoğlu, 2019).

Tablo 1. Materyalizme Farklı Bakış Açıları

KİŞİLİK YAKLAŞIMI	DEĞER YAKLAŞIMI
• Sahiplenme • Kıskançlık • Cimrilik • Muhafaza	• Başarı • Mutluluk • Kazanmaya yönelik sonu gelmez istek

Kaynak: Kilbourne ve Laforge, (2010).

Materyalizmin değer ve kişilik yaklaşımları açısından ayrıldığı temel nokta, kişilik perspektifinden materyalizm bireyin sadece tüketime ilişkin davranışları üzerinde etkili olurken değer yaklaşımı ise tüketimin yanı sıra bireyin hayata bakış açısı üzerinde de etkili olabilen geniş kapsamlı bir özellik taşır (Doğan, 2012: 19).

Değerler ve materyalizm kavramları ile ilgili yapılan çalışmalar bu iki kavramın birbirleriyle yakından ilişkili olduğunu genel olarak doğrular niteliktedir (Sevgili, 2012: 26).

Son yıllarda materyalizme ilişkin bu üç görüşe Rustagi ve Shrum (2017) tarafından kimlik güdüsü şeklinde ifade edilen yeni bir anlayış eklenmiştir. Rustagi ve Shrum (2018) materyalizmi kişinin yaşantısından, ilişkilerinden edindiği deneyimler ve bunları kullanarak kişiliğin oluşumu ve devam ettirilmesine ya da sembolsel ölçütleri olan ve istenilen ürün, hizmet olarak tanımlarlar. Bu bakış açısı önceki üç görüşten birtakım özellikleriyle farklılaşmaktadır. İlk olarak, kişilik özelliği, değerler veya amaçlar gibi süreğen ruhsal kavramsallaştırmalardan ziyade hakikatte olan davranışa konsantre olur. Kişinin kendine has kişilik kavramını tanımlamak için öz saygı, istikrar, farklı olma, aidiyet, yeterlik ve anlam gibi farklı kimlik oluşturan unsurlara sahip olması gerekir. İkincisi, materyalizmi maddi unsurların ilerisine taşıyarak tecrübeleri ve sosyal bağları içerecek şekilde geniş bir perspektif sunar. Üçüncü olarak materyalizmi sadece malların kazanılması açısından değil, onların kullanımı yönünden de değerlendirir. Son olarak kazanmanın fonksiyonel olmaktan çok sembolik yönlerini ortaya çıkarır.

Bu çalışmada, ilgili alan yazın incelemesi sonucunda materyalizm araştırmalarında en çok kullanılan, Russel Berk tarafından ortaya konan kişilik yaklaşımı tercih edilmiştir.

2.3.3. Materyalist Bireylere İlişkin Özellikler

Materyalizm, bir bireyin maddi nesnelerin edinimi ve mülkiyeti üzerine koyduğu değer olarak görülebilir. Materyalist kişilerin belirleyici bir özelliği, refahın kişinin nesnelerle ilişkileriyle geliştirilebileceğine yönelik inancıdır (Burroughs ve Rindfleish, 2002). Bir materyalist için mülkiyet, artan tüketimin yaşamdan memnuniyetini artırdığını hissettiği için yaşamının merkezinde yer alır (Muncy ve Eastman, 1998). Mülkiyetin kişinin hayatının odak noktası haline gelebileceğini ve dinden, arkadaşlarından ve diğer başarılarından daha önemli hale gelebileceği öne sürülmektedir. Malları mutluluğa ulaşmanın en önemli bileşeni haline getirirken, daha materyalist tüketiciler mülk edinmek için etik kuralları esnetmeye istekli olabilir

(Muncy ve Eastman, 1998). Wong ve diğerlerine (2011) göre materyalist bireyler öz saygı ihtiyacı sebebiyle ve sahip oldukları mülklerin sosyal anlamda onları daha çekici hale getirdiği düşüncesiyle kronik olarak daha fazla mülkiyet için çaba harcarlar. Richins ve Dawson (1992: 308) materyalist bireylere ilişkin dört temel özelliği aşağıdaki şekilde açıklamaktadır:

- Materyalist insanlar; kazanıma, mal edinme araçlarına ve sahip olduklarına, diğer yaşam hedeflerinden ve diğer insanlarla olan ilişkilerinden daha fazla değer verirler. Çoğu araştırmacı için mülkiyete yapılan vurgu, materyalizmin özünü oluşturmaktadır.
- Sahip olma arzusu ve kendisi için kazanma mücadelesinde ortaya çıkan endişe duygusuyla kazanımlarını başkalarıyla paylaşmak veya başkalarına vermek istemez. Bu durum da materyalist bireylerin bencil yönünün ağır bastığını, kişisel çıkarlarını her şeyin üstünde tuttuğunu gösterir.
- Maddi basitlik diğer bir ifadeyle sadelik yerine materyal karmaşıklık içinde bir yaşam sürdürmeyi tercih ederler. Düşük tüketim, ekolojik sorumluluk ve kendi kendine yeterlilik gibi ekonomik davranışlarda ortaya çıkan ahlaki sorumluluğu reddederler.
- Sahip oldukları şeylerden daha fazla tatmin olmak isterler ve yeni bir edinimin zevkini çabuk unutup daha fazlasını arzu ederler. Bu döngü kaçınılmaz olarak memnuniyetsizliğe ve hoşnutsuzluğa yol açar.

Genel olarak materyalist bireyler, mülk edinmenin hayatlarını anlamlı bir şekilde değiştireceğine inanırlar. Sahiplenmenin sosyal sadakatlerini geliştirmelerine, zevklerini ve öz yeterliliklerini artırmalarına yardımcı olacağı düşüncesini savunurlar. Materyalist bireyler çoğunlukla borçlanmaya karşı olumlu tutum sergilerler ve bu durum da büyük mali borçluluklara sebebiyet verir. Araştırmalar materyalizmin çevresel ihmal ve bozulma ile ilişkili olduğunu da öne sürmektedir. Bu doğrultuda materyalist bireyler, doğal çevrenin korunmasına gerekli önemi vermezler ve sıklıkla gerekenden daha fazla miktarda doğal kaynak tüketirler (Rustagi ve Shrum, 2018).

2.3.4. Materyalist Eğilim

Materyalist eğilimdeki kültürel ve tarihsel farklılıkların yanı sıra materyalizmin tezahürlerinde de bireysel farklılıklar vardır (Belk, 1985). Materyalizm, son zamanlarda yaygın olarak maddi nesnelerin ve fiziksel rahatlığın manevi değerlerden daha fazla önemli olduğu şeklinde ifade edilmektedir (Yılmaztürk vd., 2019).

Eski uygarlıklarda da varlığı öne sürülen maddeciliğin benimsendiği değerler 16. Yüzyıl batıda doğmuş ve toplumda benimsenmesi son yüzyılı bulmuştur (Yeniaras, 2015).

Materyalizm, gün geçtikçe önemli bir yaşam değeri olarak görülmektedir. Rokeach (1968) tarafından tanımlandığı gibi bir değer, ‘‘seçilebilir davranış şekilleri veya hayat hedefleri ile ilgili inançların daimi bir düzenlemesidir.’’ Başka bir ifadeyle davranışlar, değerleri oluşturur. Bazı davranışlar diğerlerine nazaran daha seçilebilir ve devam ettirilebilir nitelikte olarak ifade edilmektedir. Değerler, bir karşılaştırma aracı görevini üstlenirler. Onlar, diğerlerinden daha kamil olup olmadığımızı saptayabilmek için kural niteliği taşırlar. Değerler, yanlış ve doğru olarak değerlendirebileceğimiz istekler, standartlar doğrultusunda amaç ve davranışlarımızı şekillendiren soyut düşüncelerdir. Richins ve Dawson (1992), Rokeach (1968)’ın kavramsallaştırmasından yola çıkarak, materyalizmi, “kişinin hayatındaki mülkiyetin önemi hakkında merkezi bir inançlar dizisi” olarak tanımlamıştır (Burroughs ve Rındfleısh, 2002). Materyalist değerler; başarı, merkeziyet ve mutluluk olarak üç boyutta incelenmektedir. Aşağıda bahsi geçen 3 değer ile ilgili bilgiler paylaşılmaktadır (Richins ve Dawson, 1992).

Sahiplik Tanımlı Başarı: Materyalistler, kendilerinin ve başkalarının başarılarını, biriktirdikleri malların sayısı ve kalitesine göre değerlendirme eğilimindedir. Mülkiyetin değeri, yalnızca statü kazanma yeteneklerinden değil, aynı zamanda arzu edilen bir öz-imajı yansıtma ve kişiyi hayali mükemmel bir yaşamın katılımcısı olarak tanımlama yeteneklerinden kaynaklanmaktadır. Materyalistler, istedikleri bu görüntüleri yansıtan ürünlere sahip oldukları ölçüde kendilerini başarılı olarak görürler.

Satın Alma Merkeziliği: Materyalistler, mülkiyeti ve edinimlerini hayatlarının merkezine koyarlar. Materyalizmde malzeme tüketimi bir amaç olarak değerlendirilir. Bir plan çerçevesinde yaşama adapte edilir. Böylece materyalizm hayata anlam katar ve günlük çabalara bir amaç sağlar.

Mutluluk Peşinde Edinme: Materyalistlerin sahip oldukları ve edinmelerinin bu kadar merkezi olmasının nedenlerinden biri, bunları yaşamdaki tatminleri ve refahı için gerekli görmeleridir. Çoğu birey muhtemelen bir dereceye kadar mutluluk arayışında yer alırken, materyalizmi ayıran diğer yollardan (kişisel ilişkiler, harcamalar veya başarılar gibi) ziyade edinim yoluyla mutluluk arayışıdır. Materyalizm, "kişisel mutluluk ve sosyal ilerleme için mülk ve parayı vurgulayan bir yönelim" olarak anlaşılmaktadır.

Materyalizm, bireylerin tutum yapısının bir parçası, kişisel değerleri yansıtan bir dizi özellik veya bir değer olarak görülmektedir (Kilbourne, 2005).

Materyalizm, bir toplumun çoğu üyesinin sahip olduğu bir değerdir, bazıları için materyalizm; değer hiyerarşisinde üst sıralarda yer alırken bazıları için alt sıralarda yer almaktadır (Clarke ve Micken 2002). Önemli sayıda araştırma göstermiştir ki: yüksek derecede materyalist bireylerin daha az mutlu ve hayatlarından daha fazla tatminsiz olduklarını ve daha az materyalist bireylere kıyasla daha fazla psikolojik bozukluk riski ile karşı karşıya olduklarını göstermektedir (Burroughs ve Rindfleish, 2002). Materyalizm, olumsuz sonuçlara neden olduğu düşünülen kişilik özelliği ya da değerler toplamı olarak idrak edilmektedir. Bu bireylerde minimum seviye iyi oluş, hayat memnuniyeti veya genel mutluluk duyguları taşırlar. Genel olarak hayattan beklentileri ve amaçları hayali olduğu için, materyalist değerlere sahip olmayan bireylere göre daha memnuniyetsiz bir hayatları vardır. Dolayısıyla hissettikleri eksiklikleri tamamlamak için sahip oldukları mülkleri ve edinimlerini hayatlarının merkezine yerleştirirler (Tokgöz, 2018).

Yapılan araştırmalara göre kişilerin materyalist değerlere yönelmesinin iki sebebi vardır: Bunlardan birincisi, bireylerin kendini tehdit altında ve güvensiz hissetmesidir. Bu durumla karşı karşıya kalan kişi zaman içerisinde daha çok mal edinme eğilimi göstermektedir. İkincisi, sosyal rol modellerdir. Sosyal rol modeli ile

kastedilen para, mal, mülk edinme, güç sahibi olmanın hayatta ki asıl amacın olduğunu ve başarı için mühim kriterler olduğunu söyleyen insanlara, mesajlara ve reklamlara maruz kalınmasıdır. Deneye başvurularak yapılan çalışmalara göre bir bireyin materyalizm düzeyi ailenin, arkadaşlarının ve akranlarının bu türden değerlere bakış açısı ile pozitif ilişkilidir (Saraç, 2018:18).

2.4.İşin Anlamlılığı

2.4.1. İş Tanımı

Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğüne göre iş, *"bir sonuç elde etmek, herhangi bir şey ortaya koymak için güç harcayarak yapılan etkinlik; bir değer yaratan emek"* şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 11.11.2020).

İş kavramı daha çok endüstriyelleşmeye bağlı olarak ortaya çıkmış, örgütsel ve toplumsal bir yapıya işaret etmektedir. Çalışma kavramını da içermesi sebebiyle, sanayi devrimi ile birlikte, evin özel alanında yapılan bir faaliyet olmaktan çıkarak, fabrikalarda kitle halindeki üretimi sağlayan modern iş gücü unsuru olmuştur. İş, doğal çevrenin tümünden tamamen ayrı 'yapay' şeyler dünyasını oluşturmaktadır (Kamber, 2014). Ören ve Yüksel'e (2012) göre "*iş; işgörenlerin her gün gidip geldiği, belli bir yerde makineler vasıtasıyla yapılan, ev ve aile hayatının kesin çizgilerle birbirinden ayrıldığı bir üretme süreci ve eylemi"* olarak ifade edilebilir.

İş, belirli bir zamana yayılan belli bir meslek alanında devam ettirilen benzeşik faaliyetler ve hizmetler bütünüdür (Öztemel, 2020: 6-7).

Diğer insanların eşliğinde yapılan sosyal aktiviteye iş denmektedir. Birçok insan işletmeler aracılığıyla bir araya gelir ve kaçınılmaz olarak birbirleri ile etkileşimde bulunurlar. Sosyal bir atmosfer içinde yapılan her şey sosyal aktivite olarak tanımlanmaktadır. Bu sebeple işin hareketli ve bedensel özellikleri prestij veya sosyal önemine göre değerlendirilir. İşin hemen her özelliği sosyal yapıdadır (Yıldız, 2017: 69). İş kavramının gerçekleşmesi için çalışanların seferberliği ve işe bağlılığı gerekmektedir (Alvesson, 1998).

İş, hayatın devamlılığını sağlayan sosyal bir faaliyet olarak, insan ömrünün en merkezi etkinliklerinden biri olup geçmişi insanla birlikte var olan bir faaliyettir. İş

çaba sarfedilen üretici olunan imal ya da hizmet sektöründe bir şey üretmek için ortaya konulan bir etkinliktir (Özkalp, 2003). İş, bireylerin hizmet sağladığı veya mal ürettiği bir yaşam alanını ifade etmektedir. Belirli bir ücret karşılığında ya da gönüllü olarak gerçekleştirdiğimiz, yaşamımızı kontrol edebildiğimiz, çevreyi değiştirmek için kullandığımız, toplumda üretken olmak için gayret gösterdiğimiz ve kişinin kendisi veya başkaları için değerli bir şey ürettiği faaliyetler bütünüdür (Öztemel, 2020: 6-7). Ayrıca kişinin bundan ekonomik, sosyal ve kültürel rolleri açısından doyum sağlaması durumudur (Keser, 2005).

İş, maddi bir ücret karşılığında bedensel, zihinsel ve ruhsal enerji sarf ederek kişinin diğerleri için kıymetli mal ve hizmet ortaya koyduğu hedefli, devamlı bir faaliyettir (Kapız, 2001). Eğinli'ye (2009) göre iş, kişinin hayatını devam ettirebilmesi için gerekli olan kazancı sağlamada ana faktördür. Dolayısıyla iş kişi için büyük ölçüde önem arz eden bir değer unsurudur.

İş kavramının çalışma ve meslek ile ayrıştırılması için aşağıdaki kısımlarda bu kavramlar açıklanmaya çalışılmıştır.

2.4.2. Çalışma Kavramı

Ötüken Türkçe sözlükteki tanıma göre, "*çalışma, emek vererek ve gayret göstererek bir şeyi ortaya koyma; say; mesai*" anlamlarına gelmektedir (Çağbayır, 2007).

Tarihin sosyal boyutu incelendiğinde çalışmaya yüklenen anlamlar zaman içinde değişikliğe uğramıştır. Bu değişiklik toplumda maddi ve manevi kültür tüzüklerinin, toplumsal gelişim aşamalarının tüm iletişim şekillerinin bir işlevi durumuna gelmiştir (Gezgin, 2000: 62).

Çoğunlukla çalışma kavramı ile iş, emek, istihdam ya da meslek alanları aynı kavram havuzunda değerlendirilmektedir (Kapız, 2001). Çalışma toplumun tarihsel ve ekonomik gelişmelerine odaklanarak kurallar, değerler, inançlar çerçevesinde şekillenmektedir. Çalışma, insan hayatının çekirdek noktalarından birisidir. İnsanlar varolan, yaşamla süregelen sosyal bir etkinlik olarak karşımıza çıkar (Samsum, 2017).

Yaygın olarak ‘iş’ ve ‘çalışma’ kavramlarının benzer olarak değerlendirildiği görülmektedir. Bu iki kavram köken olarak aynı değerlendirilmesine rağmen aralarında bir ayrım vardır. Bu ayrımın çıkış noktası ücret karşılığı çalışmadır. İş kavramı çalışmayla birlikte değerlendirilmesi gereken bir kavramdır. Bu tanımdan yola çıkarak bir ücrete mukabil yapılan her çalışma iş olarak değerlendirilebilir. Üretim odaklı, fiziksel ve zihinsel etkinlikler çalışma olarak değerlendirilirken kazanca dönüşen emek iş kapsamına girmektedir (Işık, 2013). Kapız’a (2001) göre ise çalışma, diğer insanlar için değerli hizmet ve ürün üreten bir faaliyet ya da enerji sarf edilen sosyal bir faaliyettir. Bu doğrultuda çalışma; ücretli çalışma, ev işi ve gönüllü çalışmayı kapsamaktadır.

Çalışma olgusu, kişiler açısından nesnel boyutta bir kazanç sahibi olma ve sosyal saygınlık, statü kazanmayla sosyolojik ve psikolojik anlamda da önemli bir etkiye sahiptir. Çalışma kişilere farklı alanlarda yarar sağlayan bir araç olma özelliğine sahiptir. Buradan yola çıkarak çalışma, bir kazanç elde edilmesinin çok ötesinde bir kavramdır. Kişinin doyuma ulaşmasında önemli bir yere sahiptir (Kumaş ve Fidan, 2005).

Çalışmanın varlığı, neredeyse insanlığın varoluşu ile eş zamanlıdır. Çünkü insanoğlu, yaşama gözünü açtığı andan itibaren hayatını devam ettirmek için birincil ihtiyacı olan beslenme ve güvenlik ihtiyacını karşılamak amacıyla bir mücadele içine girmiştir. Ebeveynlerinin bebeklik ve çocukluk yıllarında karşıladığı bu ihtiyaçları; yetişkinlik dönemlerinde kendileri üstlenmek durumundadırlar. Bu hedefler doğrultusunda avcılık-toplayıcılıkla başlayan süreç, toprağın işlenmesi ve tarımla birlikte gelişim gösteren, sanayi devrimi ile köklü değişime uğrayan ve daha çok önemsenmeye başlanan, kurumsallaşan bir sosyal olgu olarak “çalışma” insan yaşamının büyük bir kısmını kapsamaktadır (Turan, 2018).

Çalışma kavramı tarih boyunca çok farklı anlamlara sahip olmuştur. Olumlu ve olumsuz anlam içermesine karşılık genel olarak olumsuz anlamı ön plana çıkmaktadır. Bazı düşünürler çalışmayı şiddetli bir şekilde eleştirirken bazıları ise yüceltmektedir.

Tablo 2. Çalışmaya Yönelik Yaklaşımlar

Çalışmayı Olumlayan Düşünürler	**Savundukları Düşünce**
Karl Marx	Çalışma, insanın metası gereği doğal olarak gerçekleştirdiği bir aktivitedir.
	Birey çalışırken haz ve mutluluk duymalıdır.
	Çalışma, insan için önemli bir gereksinimdir.
	Çalışma, günümüzde sıkıcı bir hale gelen ancak aslı itibariyle öyle olmayan zevkli bir etkinliktir.
Adam Smith	Çalışma, gelişmenin olmazsa olmaz şartlarından birisidir.
	Çalışma ile birey kendini gerçekleştirebilecek ön koşulları sağlar.
	Çalışma, insanlar için bir dürtü görevi üstlenir.
	Zenginliğin kaynağının emek olduğunu öne sürmektedir.
Hannah Arendt	Çalışma, toplumda en önemli kurumlardan birisidir.
	Yaşadığı dönemin toplumunu 'çalışma toplumu' olarak nitelemektedir.
	İnsanın çalışması hayatın kendisidir.
	Herhangi bir maddeye ya da olaya bağımlı kalınmamasını savunur.
Sigmund Freud	Çalışma; uygarlık, maddi ve düşünce zenginliğinin ortak birikiminin oluşumuna katkı sağlar.
Çalışmayı Olumsuzlayan Düşünürler	**Savundukları Düşünce**
Paul Lafague	Yaşadığı dönemde ve içinde bulunduğu şartlarda çalışmayı insanlık dışı görmüş ve reddetmiştir.
	Zihinsel dejenerasyon ve organik bozukluğun temel sebebinin çalışmak olduğunu savunmuştur.
	Çalışmak işçinin bireysel, toplumsal felaketine yol açan bir eylemdir.
Bertrand Russel	Çalışma saatlerinin 4 saate indirilmesini önermektedir.
	Zamanın büyük bir kısmını insan kendisine ayırmalıdır.
	Çalışma bir erdem olarak değerlendirilirse çağdaş dünyada çok büyük zararlar meydana geleceğini ifade eder.
Fredrıch Hegel	Çalışma, güdülerin doğrudan tatmininin ertelenmesini gerektirir.
Erıch Fromm	Çalışmanın bireyin sahip olduğu emeği ile bir köle durumuna geleceğini savunmuştur.
	Çalışmak, bireyin özgürlüğünü kaybetmesine neden olur.
Andre Gooz	Çalışma saatleri en fazla 4 saat olmalıdır.
	İnsanın hayatında çalışma ağırlığının azalması gerekmektedir.

Kaynak: Keser ve Güler, 2016.

Tabloda da gösterildiği gibi çalışma olgusu kimi düşünürler tarafından olmazsa olmaz bir kriterken bazı düşünürler bunun tam aksini iddia etmektedir. Çalışmaya pozitif bakan düşünürlerin başında Karl Marx gelmektedir. Ona göre çalışma birey

için haz ve mutluluk kaynağı olup insan için önemli bir gereksinimdir. Adam Smith ve Sigmund Freud'a göre çalışma, gelişim gösterebilmenin olmazsa olmaz şartıdır. Uygarlık seviyesinin yükseleceğini ve toplumların ancak çalışma yoluyla zenginleşebileceğini öne sürmüşlerdir. Bireylerin zamanlarını boşa harcamamaları için bir dürtüye ihtiyaçları vardır. Çalışma bu dürtü görevini üstlenir. Hannah Arendt ise çalışmanın toplumdaki en önemli kurumlardan birisi olduğunu savunur. Çalışmaya karşı negatif tutum sergileyen Paul Lafague çalışmayı işçinin bireysel ve toplumsal felaketine yol açan bir eylem olarak değerlendirmiştir. Ona göre çalışmak organik bozukluğun ve düşünsel yozlaşmanın sebebidir. Bertrand Russel ve Andre Gooz insanın en çok kendine vakit ayırması gerektiğini ve çalışma saatlerinin en fazla 4 saat olması gerektiğini savunmaktadırlar. Fredrich Hegel ve Erich Fromm ise çalışmanın insanı köle durumuna düşüreceğini ve özgürlüğünü kaybetmesine neden olan bir faktör olarak değerlendirmiştir.

2.4.3. Meslek Kavramı

Etimoloji sözlüğündeki tanıma göre *"meslek; benimsenen yol, tutulan, girilen yer, çalışma türü.* Anlam genişlemesiyle *iş, görev, geçimi sağlamak için seçilen çalışma alanıdır"* (Eyuboğlu, 2004: 482).

Sıklıkla birbirinin yerine kullanılan meslek ve iş kavramları taşıdığı özellikler açısından farklılıklar göstermektedir. İş, bir üretim sonucu ortaya çıkan ürün, bir sonuca bağlanan etkinlik, çalışma ya da bir değer atfedilen emektir. Mesleğin işten ayrılan yönü belli bir süre öğrenim görmeyi gerektirmesi, ahlaki ve kanuni dayanakları olması, bireyin geçimini sağlayan bir uğraş olmasıdır (Karadağ, 2002). Meslek ile iş kavramını birbirinden ayıran özellikler 1900'lü yıllarda çoğunlukla sosyal bilimciler tarafından ortaya konmaya çalışılmıştır. Mesleğin, iş'ten farklı olduğuna dair boyutlara ilişkin ilk çalışmalar Abraham Flexner tarafından gerçekleştirilmiştir. Sonrasında Genevieve ve Roy Bixler 1959 yılında, 1971 yılında Povalko, bir eylemin meslek olarak değerlendirilebilmesi için belirli kriterlerin olduğunu ifade etmişlerdir. Meslek ölçütleri ile ilgili literatürdeki son çalışmayı ise Chitty'nin bildirdiğine göre Kelly 1981'de yapmıştır (Korkmaz, 2011). Çapar (2019) bu ölçütleri şu şekilde sınıflandırmıştır:

1. Kişilerin ve toplumların hayatlarını etkileyen çok önemli hizmetleri barındırmalıdır.
2. Aktif olarak durmadan bilimsel araştırmalar ile gelişen ve değişen bir bilgi birikimine sahip olmalıdır.
3. Verilen hizmetler, bireysel sorumluluk özelliği ile güçlü temellere oturtulmalı ve entelektüel aktivitelerle desteklenmelidir.
4. Meslek üyeleri, resmi ve yetkili kurumlarca kabul edilmiş yükseköğretim kurumlarında eğitim almalıdır.
5. Meslek üyeleri, kendi özerkliklerine dayanıp bağımsız bir şekilde politikalarını ve stratejilerini belirleyebilmelidir.
6. Meslek üyelerinin verdikleri hizmetten sadece hizmeti alan kişilerin memnun olması değil, meslek üyelerini de motive edici olması gerekmektedir.
7. Meslek üyelerinin mesleklerini yaparken başvurdukları değerler ve etik kodlar olmalıdır, bunlar meslek üyelerine rehberlik görevinde bulunmalıdır.
8. Mesleğe dair geçmiş, bugün ve gelecek ilişkisi kurularak mesleğin gelişimine yardımcı olacak stratejik politika ve kararlar belirleyen bir meslek örgütü olmalıdır.

Bu kriterler iş ile meslek arasındaki ayrımın da ortaya çıkmasına yardımcı olmaktadır. Mesleklerin kaynağı çoğunlukla iştir yani mesleği, işin evrim geçirmiş hali olarak değerlendirmek mümkündür. Meslek, iş'ten farklı olarak daha spesifik ve yasal statüye sahiptir (Karadağ, 2002).

Meslek kavramı, birçok mesleği tanımlamak için kullanılan bir terimdir ve bu nedenle de geneldir. Meslek, temel unsuru karmaşık bir bilgi ve beceriler bütünü üzerinden ustalaşmaya dayanan çalışma şeklidir. Meslek sahibi olan bireylere; sözleşme şartlarına göre meslekte hizmete odaklanacakları, yetkinliği garanti edecekleri, çabalarında ahlaki olacakları ve toplumun endişelerini giderecekleri anlayışıyla statü, ayrıcalık ve mali ödüller verilmektedir. Meslekler ve üyeleri, hizmet edilenlere ve topluma karşı sorumludur (Cruess vd., 2014).

Ertekin'e (1987) göre, meslek terimi genellikle daha dar anlamda kullanılan terimlerle karıştırılmaktadır. Örneğin; iş, sanat, zanaat, profesyon ve kariyer gibi

terimler bunların başında gelmektedir. Bireyin diğerleriyle ilişki kurmadan tek başına gerçekleştirdiği, toplum tarafından benimsenmemiş ve piyasada bir değer arz etmeyen eylem ve çalışmalar meslek olarak kabul edilmezler. Çünkü meslek, bireyin başkalarıyla iş birliği yaparak geçimini sağlamak ve toplum içinde yerini alabilmek için ortaya koyduğu faaliyetler bütünüdür.

İlke ve etik kuralları belli olan, uzun süreli bir eğitim sonrasında elde edilen, kişinin yaşamını devam ettirebilmek üzere sergilediği deneyim, yetenek ve donanımının bütününü içeren aktiviteler meslek şeklinde tanımlanmaktadır (Adıgüzel vd., 2011). Meslekler temel değerlere ve bu değerlerin nasıl uygulanacağı konusunda uzmanlık sağlayan bir bilgi birikimine dayanır (Grunig, 2000).

Meslek seçimi, bireyin kendisine en üst düzeyde tatmin sağlayacağına inandığı ve birçok meslek arasından en yatkın olduğunu düşündüğü faaliyetleri içeren bir yönelim halidir. Bu yönelme kararının yerinde ve doğru olması kişinin ne arzuladığını ve yeteneklerinin ne olduğunu ve bunları hangi alanda kullanabileceğini iyi bilmesine bağlıdır (Tutkun ve Koç, 2008).

Meslek seçimi olgusunu açıklamak amacıyla çeşitli kuramlar geliştirilmiştir. Çakır (2011), meslek seçimi ile ilgili kuramsal görüşleri aşağıdaki gibi sınıflandırmıştır:

Parsons'un Özellik-Faktör Yaklaşımı: İlke ve yöntemlere dayanan bu yaklaşım, meslek seçimini kişinin psikolojik özellikleriyle mesleğin gerekleri arasındaki uyumun bir işlevi olarak değerlendirmiştir.

Psikaanalitik Kuram: Meslek, kişiliğin yansımasıdır. Yaşamın ilk altı yılı kişiliğin oluştuğu bir zaman dilimidir. Bu kuramcılara göre, normal bir bireyin meslek seçme konusunda bir danışmana/rehbere ihtiyacı yoktur. Çünkü birey için en iyi rehber onun hangi alanlarda bulunabileceğini söyleyen kişilik yapısıdır.

Ekonomik ve Sosyal Yaklaşımlar: Ekonomist ve sosyologlar meslek seçimine farklı bakış açılarıyla yaklaşmışlardır. Ekonomistler meslek seçimini kişinin dışındaki bazı sistemlerin işleyişine bağlamışlardır. Sosyologlar ise meslek seçimini aile yapısı,

kültür, okul ve arkadaş ilişkileri gibi faktörlerin etkisi ile biçimlendiğini ileri sürmüşlerdir.

Roe'nun ihtiyaç kuramı: Meslek seçiminde psikolojik gereksinmelerin baskın olduğunu öne süren görüştür. Bireyler meslekleri, insanla ilgilenen ya da insan dışı varlıklar ve nesnelerle uğraşılan meslekler olarak ikiye ayırmaktadır. Bu seçimi yapma sebebinin çocukluk yaşantılarından kaynaklanan sevgi ihtiyacının bulunduğu görüşündedir.

Toplum yaşamında herkes bir iş yapma ve etkin olma, bir meslek sahibi olma ihtiyacı içindedir. Bu kapsamda incelendiğinde iş, insan etkinliği olarak bir şeyin üretilmesini esas alır. Meslek kavramı ise kişinin geçimini sağlamak üzere üstlendiği, konuya, tekniğe göre belirlenen, yasal bir düzen içinde yer alan, uzun süreli toplumsal bir uğraştır (Korkmaz, 2011). Meslekler, temel değerlere ve bu değerlerin nasıl uygulanacağı konusunda uzmanlık sağlayan bir bilgi birikimine dayanır (Grunig, 2000).

2.4.4. İşin Anlamlılığı

Anlam ve anlamlılık kavramları birbirleriyle ilişkili olduğundan, literatürde kullanılma biçiminde önemli derecede örtüşme vardır ve bu kavramlar sıklıkla karıştırılır. Akademisyenler, işin anlamına atıfta bulunduklarında genellikle ya çalışanların yaptıkları işten ne tür anlamlar çıkardıklarına ("anlam") ya da o işe yükledikleri anlam miktarına ("anlamlılık") değindikleri tespit edilmiştir (Rosso, Dekas ve Wrzesniewski, 2010).

Anlam, kişinin beklentilerine ya da prensiplerine göre değerlendirdiği eylem amacının değeridir. Başka bir deyişle, anlam, işin gerektirdiği özellikler ile inanış biçimi, davranışlar ve değer yargıları arasındaki uyumu içerir (Spreitzer, 1995). Harpaz ve Fu (2002) da anlamı, "bireylerin ve grupların hayatlarının çoğunda ortaya çıkan insan faaliyetinin temel bir unsuru olarak işe yükledikleri önem, inanç, tanım ve değere" dayandırmıştır.

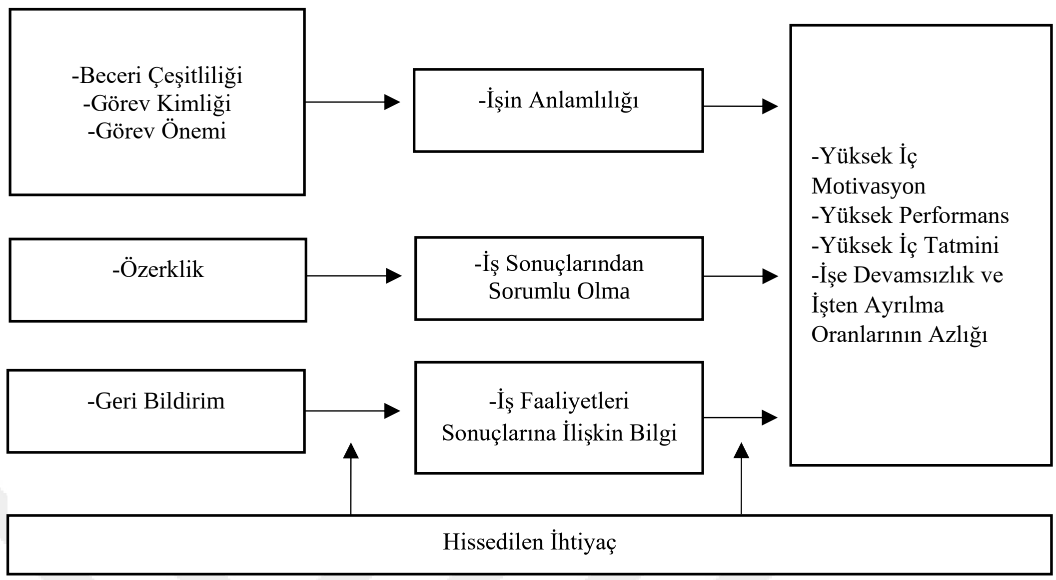
Psikolojik güçlendirmenin tanımını ilk defa yapan Conger ve Kanungo (1988) güçlendirmeyi, bir bireyin kendi öz yeterliliğine olan inancın arttığı bir durum, süreç

olarak ifade etmişlerdir. “Güçlendirme, kolaylaştırmak anlamına gelir ve astların olumlu performans sonuçları için umutlarını yükseltmek yerine, astların kendi faaliyetlerinde inançlarını yükseltmeyi (istenilen davranışı başarıyla gerçekleştirmeyi)” ifade eder (Conger ve Kanungo, 1988: 474). Thomas ve Velthouse (1990), Conger ve Kanungo’nun tezine dayanarak güçlendirmenin çok kapsamlı bir kavram olduğunu ve tek bir yönüyle ele alınmasının doğru olmadığını savunmuşlardır. Bu düşünürlere göre güçlendirme, artan içsel motivasyonu olarak tanımlanmıştır (Ceylan, Çöl ve Gül, 2005). Thomas ve Velthouse (1990)’a göre, çalışanların güçlendirilmesinin 4 boyutu (anlamlılık, otonomi, yetkinlik ve etki) vardır. Anlamlılık, bireyin belirli bir görevle ilgili içsel ilgisini içerir. Düşük derecede anlamlılığa sahip olan kişilerin; göreve karşı ilgisiz oldukları, bağımsız hissettikleri ve önemli olaylara karşı duyarsız kaldıkları görülmektedir. Bu durumun aksine yüksek derecede anlamlılığa sahip bireyler de göreve bağlılık, katılım, güçlü konsantrasyon ve yüksek enerji olduğu tespit edilmiştir.

Kişinin, yaşamının merkezi haline gelen işin anlamı ve değeri, bireyden bireye farklılık göstermektedir. Bu farklılığın sebebi, tarihsel süreçte ekonominin gelişmesiyle birlikte meydana gelen normların, değerlerin ve inançların değişiklik göstermesidir (Özkalp, 2003).

Yapılan birçok araştırma, çalışanların işini anlamlı bulmasının işten duyduğu tatmini artıracağı, iş tatmininin ise mutluluk duygusuyla yakın ilişkisi olduğunu vurgulamaktadır. Bu kapsamda Hackman ve Oldham (1975) iş özelliklerinin, bireyi nasıl etkilediği, hangi iş özelliklerinin çalışan tatmini ve motivasyonunu artırdığı, saptanan özelliklerin sonuçlarının ne olacağı ile ilgili açıklamalarda bulunmuştur ve bu doğrultuda beş boyuttan oluşan iş özellikleri kuramını literatüre kazandırmışlardır (Uzunbacak ve Akçakanat, 2018).

Hackman ve Oldham (1975)’ a göre temel iş özellikleri teorisi beş boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar aşağıdaki şekilde gösterilmiştir:



Kaynak: Hackman ve Oldham, 1975: 161.

Şekil 1. İş Özellikleri Modelinin Şematik Gösterimi

Çalışanın işinde Hackman ve Oldham (1975)'ın geliştirdiği iş özellikleri kuramı modelindeki ilk üç özelliğin; beceri çeşitliliği, görev kimliği ve görev önemi bulunması kişilerde bir "anlamlılık (meaningfulness)" hissinin oluşmasına katkı sağlar (Bilgiç, 2008). İlk üç özellik; çalışanın işi genellikle anlamlı, değerli ve zahmete değer bir iş olarak deneyimlemesini sağlar (Hackman ve Oldham, 1975: 162). Bu özellikler kısaca aşağıdaki şekilde açıklanmaktadır (Hackman ve Oldham, 1975: 161).

Beceri Çeşitliliği: Bir iş yapılırken bu işin çalışanın bir dizi farklı becerisinin ve yeteneğinin kullanılmasını içeren çeşitli faaliyetleri gerektirme derecesi.

Görev Kimliği: İşin parçalanamaz ve açıklanabilir bir iş bölümünün tamamlanmasını gerektirme derecesi -yani bir işi baştan sona gözle görülür bir sonuçla yapmak.

Görev Önemi: İşin, kuruluş içinde ya da dış çevredeki diğer bireylerin yaşantıları ya da çalışmaları üzerinde yadsınamaz bir öneme sahip olma derecesi.

Cartwright ve Holmes (2006) insanın anlam arayışının, hayatındaki temel motivasyon olduğunu ifade etmiştir. Anlam, bireyin iç dünyası ile işyeri arasındaki

karşılıklı ilişkiyi temsil eder. Anlam arayışında bireylerin üç temel soru etrafında deneyimlerini düzenledikleri düşünülmektedir:

1. Ben nereye aitim?
2. Başkalarıyla nasıl bir bağlantım var ve onlarla nasıl ilişki kuruyorum?
3. Değerim nedir ve diğerlerine katkım nedir?

Wrzesniewski ve diğerlerine (2003) göre işin anlamı, çalışan bireylerin işte yaptıkları şeylerin yanı sıra yaptıklarının önemi konusundaki kişisel anlayışlarıdır. Bu bağlamda işin anlamının üç temel yönü vardır. Bunlar:

1. **Kişinin İş Anlamı**: İşlerle ilgili iki tür anlam vardır. Biri görevlerin ve faaliyetlerin kendilerinin anlamı (yani içerik), diğeri ise bu görevlerin ve faaliyetlerin bireyler tarafından değerlendirilmesinin anlamı.
2. **Kişinin Rolü**: Çalışanların sosyal yapıdaki pozisyonlarının ne olduğunu ve bu konumu nasıl değerlendirdiklerini anlamalarını ifade etmektedir.
3. **İşteki Benliği**: Çalışanların işteyken kendileri hakkında edindikleri öz-anlayışı tanımlar. Bazı araştırmacılar öz anlamı, çalışanların kendilerine yükledikleri niteliklere ve kim olduklarını tanımlayan daha ayrıntılı öz anlatımlara atıfta bulunarak öz kimlik olarak adlandırırlar.

İşin temsil attığı anlamlar ve görevler fiziksel yaşam yanında psikolojik ve sosyolojik beklentileri de gidermeye yöneliktir. Bu açıdan bakıldığında işin manası ve görev alanı hem kişi hem de ailesi açısından daha önemli bir konuma gelmiştir. (Kapız, 2001).

May, Gilson ve Harter'e (2004) göre anlamlılık, bir kişinin fikirleri ya da standartlarına uygun olarak oluşturulan eylem hedefinin veya gayesinin değeridir. Kişinin çalışmasında anlam eksikliği hissetmesi, işinden yabancılaşmasına veya bağlantısının kesilmesine yol açabilir. Isaksen'e (2000) göre çalışanın mutluluk durumu, işin manasını çözebilmesi, bireyin özellikleri ve işin şartları arasındaki etkileşimden kaynaklanır (Dinç, Uzunbacak ve Akçakanat, 2019).

İşin anlamlılığı ile ilgili araştırmalar incelendiğinde anlamlılık; kaynaklar ve anlamlılığın altında yatan sosyolojik ve psikolojik mekanizmalar olmak üzere iki esas

mesele üzerinden tartışıldığı görülmektedir (Özkan, 2017:28). Rosso, Dekas ve Wrzesnievski (2010), literatür taraması sonucunda işte dört ana anlam veya anlamlılık kaynağı belirlemiştir. Bunlar:

- Birey
- Diğer Kişiler
- İş Alanı
- Maneviyat'tır.

Onlara göre bu kaynaklar, çalışanların işlerinde deneyimledikleri anlam veya anlamlılığı nasıl etkilediğine dair farklı ve nispeten iyi tanımlanmış perspektifleri temsil eder.

"İşimi yaptığım süre içerisinde yaşamaktan çok var olduğumu hissediyorum", "Yaptığım iş benim için anlamlıdır", "Hayatımda öncelik verdiklerim ile yaptıklarımda temel dayanağım etkileşimdir." İfadelerinin nasıl oluştuğu araştırılmaktadır. Literatürde eylemin birey için bir anlam ifade etmesi kişi, iş ortamı ve başka bireyler ile maneviyat faktörünün varoluşu çerçevesinde ortaya çıkmaktadır (Ünal, 2019).

İlgili alan yazın incelendiğinde işin anlamlılığına yönelik farklı araştırmacılar tarafından farklı kavramsallaştırmaların olduğu görülmektedir. Bunların tablolaştırılmış hali aşağıda gösterilmiştir:

Tablo 3. İşin Anlamlılığına Yönelik Yaklaşımlar

Yazarlar	Ölçeğin Başlığı	Boyutlar	Ölçekteki İfade Sayısı
1.Lips-Wiersma ve Wright (2012)	Kapsamlı Anlamlı İş Ölçeği (Comprehensive Meaningful Work Scale)	Başkalarıyla Bir Olma Başkalarına Hizmet Etme İçsel Benlik Gelişimi Tam Potansiyeli Açığa Çıkarma Gerçeklik İlham Gerilimleri Dengeleme Eğilimi (ben/başkaları; olmak/yapmak)	28 İfade 7 Boyut
2.Steger vd. (2012)	İş ve Anlam Envanteri (The Work and Meaning Inventory)	Pozitif Anlamlılık İş Aracılığı ile Anlam İnşa Etme Üst Amaç Motivasyonu	10 İfade 3 Boyut
3.Lee (2015)	İşte Anlam Ölçeği (Meaning in Work)	İşte Olumlu Duygu Deneyimi İşin Kendi Anlamı İşte Anlamlı Amaçlar ve Hedefler Anlamlı Varoluşa Doğru Yaşamın Bir Parçası Olarak İş	25 İfade 4 Boyut
4.Bendassolli vd. (2015)	Anlamlı İş Ölçeği (Meaningful Work Scale)	Ahlaki Uygunluk İşle Aynileşme ve Özdeşleşme Özerklik Gelişim ve Öğrenme Çalışma İlişkileri Kalitesi İşin Faydası	25 İfade 6 Boyut
5.Göçen ve Terzi (2019)	Anlamlı İş Ölçeği (Meaningful Work Scale)	İşte Anlam İş İlişkileri İşte Anlam Arayışı İşte Aşkınlık İşte Tevazu İşte Anlam Liderliği	21 İfade 6 Boyut

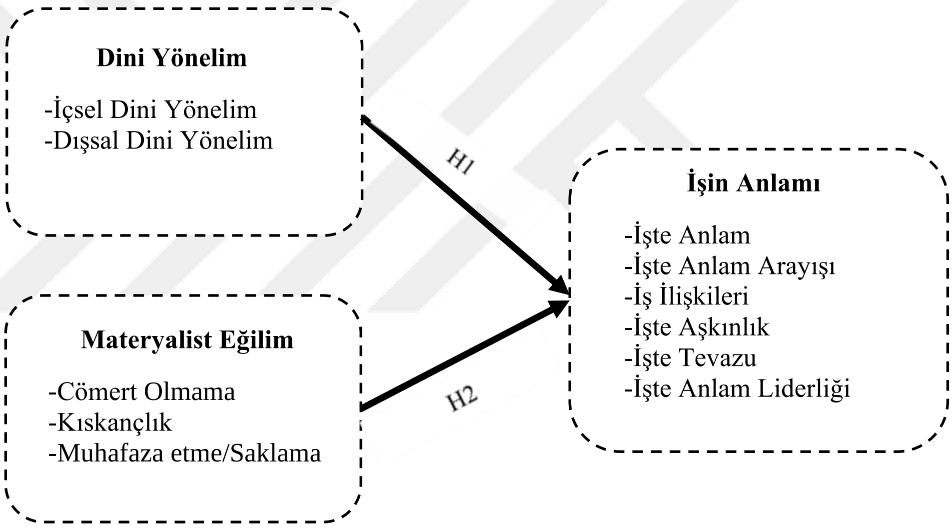
Lips-Wiersma ve Wright (2012: 656), mevcut anlamlı iş ölçeklerine yönelik birtakım sıkıntıları ifade etmiştir. Bu ölçekler; (a) mutlak veya kapsamlı değildir, (b) kişisel anlamlılığı örgütsel iş ve sonuçlardan yeterli düzeyde ayıramamaktadır, (c) anlamlı yaşamanın merkezinde yer alan bütünlük ve tutarlılık duygusuna ulaşmanın dinamiğini hesaba katmamaktadır. Yukarıdaki tabloda gösterilen anlam ölçekleri ve bu ölçeklere yönelik yapılan eleştiriler dikkate alınarak Göçen ve Terzi (2019)'nin geliştirdiği 6 boyutlu, 21 ifadeden oluşan anlamlı iş ölçeği bu araştırmada esas alınmıştır. Boyutların tanımları Göçen ve Terzi (2019)'nin yapmış olduğu çalışmadan yararlanarak aşağıdaki şekilde açıklanmıştır:

- ***İşte Anlam:*** Kişinin işi aracılığıyla kendini daha iyi tanımasını amaç ve hedeflerine hizmet etmesini, yaptığı işten manevi bir haz duymasını ve gelişimine büyük oranda katkısını içermektedir. Ayrıca kişisel farkındalığın kazanılmasında da önemli etkisi vardır. Isaksen (2009: 93)'e göre anlamlılık, belirli bir iş türünün doğal özelliği olmamakla birlikte, kişinin kendisi ve işi arasındaki ilişkiyi bireysel olarak tatmin edici ve önemli gördüğünde ortaya çıkan mutlu edici bir ruh halidir. Ona göre çalışan bireyler kendi kişisel özellikleri ve işin özellikleri arasında oluşan etkileşim sonucu işin anlamını yaşayacaktır.
- ***İş İlişkileri:*** İş ortamında bireyler arası karşılıklı iyi niyet, dayanışma, destek ve iş birliğini içermektedir. Bu boyutta iş yerinde aile hissi, değer görme ve karşılıklı memnuniyet söz konusudur. Chalofsky (2003: 73)'e göre birey ile işyeri arasındaki bağlılık, sadakat ve öz veri açısından bir ilişki anlamına da gelmektedir.
- ***İşte Anlam Arayışı:*** Kişinin işine dair anlam arayışını, işinin amacının anlamını bulmasını ve sorgulamasını içermektedir. Bazen de güçlü bir anlam duygusuna sahip kişilerin iş amaçlarını ve işe yönelik algılarını daha derinlemesine sorgulamalarını ifade eder.
- ***İşte Aşkınlık:*** Kişilerin işinde tanımlanması güç, içsel huzur kaynağı ve üstün bir manevi haz yaşamalarını içermektedir. İşte aşkınlık, işte anlamın önemli bir unsurudur.
- ***İşte Tevazu:*** Tevazu kelime anlamı itibariyle, gösterişsiz, kibirden uzak, alçak gönüllülük gibi anlamlara gelmektedir (Poyraz ve Cilveoğlu, 2020: 129). İşte tevazu kavramı ise kişinin beceri ve yeteneklerinde yaptığı iş karşılığında herhangi bir iltifat/övgü, menfaat beklememesini içermektedir. Anlamlı iş algısına sahip bireylerin çalışmaları, üstün amaç motivasyonları kapsamında değerlendirildiğinde tevazu anlamlı bir işin unsurudur.
- ***İşte Anlam Liderliği:*** Kişiler için işin bir anlam ifade ediyor olması geçmiş dönemlere kıyasla günümüzde bireylerin işten bekledikleri en önemli unsurdur. Baykal (2018)'e göre, başkalarını yönetebilmek ve yönlendirebilmek için kişinin kendi içsel bütünlüğünü sağlamış olması gerekmektedir. Liderler, akıl, kalp ve zihin faktörlerini uyum içinde kullanarak içsel bütünlüğe erişmeli; anlam, hedef, içsel huzur ve mutluluk için gayret etmelidir. İçsel bütünlüğe ulaşmış liderler, takipçilerini de bu amaç doğrultusunda yönlendirerek onların geleceğe dair

umutlu, inançlı ve başarılı olmalarına olanak sağlar. Ayrıca bu tarz liderler takipçilerinde içsel motivasyonu etkin duruma getirerek anlam ve üyelik bilincinin oluşmasını ve bu yolla ciddi değişim ve dönüşümler için gerekli olan alt yapıyı sağlar. Bu doğrultuda liderler, yönetim ve uygulamalarında bu duyguları tatmin edecek ortamları inşa etmelidirler.

2.5. ARAŞTIRMANIN KURAMSAL MODELİ VE HİPOTEZLERİ

Araştırma modelini bağımsız değişkenler olan dini yönelim ve materyalist eğilim, bağımlı değişken olarak da işin anlamı oluşturmaktadır. Bu doğrultuda kuramsal araştırma modeli aşağıda Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2. Kuramsal Araştırma Modeli

H1: Dini yönelim işin anlamını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

Toplumların maneviyattan giderek uzaklaşması ve iş ortamında artan rekabetçi anlayış materyalist iş mantığını ortaya çıkarmıştır. Bu durum çalışan bireylerin iş ortamında maneviyattan yoksun ve ruhsallıklarını zedeleyen bir atmosfere maruz kalmalarına neden olmaktadır. Şüphesiz çağdaş insanın en büyük trajedilerinden biri ruhtan/maneviyattan arınmış bir iş ortamında istihdam edilmesidir. Bireyler bu sebeple hayatlarına dair özellikle de işin anlamına dair arayışlara girmişlerdir (Baykal, 2018).

Bu noktada din önemli bir unsurdur. Din bireylerin hayatlarında birçok şeyi etkilemektedir. Dinde var olan buyruk ve yasaklamalar sosyal alanı yakından ilgilendirmektedir. Din değerleri, alışkanlıkları ve tutumları belirleyen, sosyal davranışların şekillenmesinde, yaşamın ve birey için büyük önem arz eden işin anlamını açıklanabilir ve anlaşılabilir kılmak için bir çerçeve sağlamaktadır. Dini değerlere bağlılıkta ortaya çıkan farklılıklar bireyin hayatına yön vermekle birlikte tercih ettiği durumları, ne tüketeceğini ve kimlerle nasıl ilişkide bulunacağını ortaya çıkarmaktadır (Fam, Waller ve Erdoğan, 2004; Tiltay, 2010; Bozyiğit, 2019, Akto, 2014).

Yapılan bu araştırma da hipotezler oluşturulurken İslam dini esas alınmıştır. İş, İslam dininde hem ibadet hem de vazife olarak değerlendirilmektedir. Kur'an-ı Kerim'de çalışmanın önemi şu şekilde vurgulanmaktadır: *"Hakikaten (Allah'ın lütfu ve yapılan bağışlar dışında) insana, kendi çalışmasından başkası yoktur."*[9] İslam dininde iş bir ibadet hükmünde olmakla birlikte Allah'ın rızasını kazanmak için bir hizmet olarak görülmektedir. Yapılan dünyevi işlerin en nihai amacı çalışma vasıtasıyla Allah'ın rızasını kazanmaktır. İslam dini ileri düzeyde ihtiyaç dışında yapılan her türlü tüketimi, para ve zaman israfını uygun görmemiş ve kınamıştır (Arslan, 2003).

Morse ve Weiss'ın (1955) erkek örneklemi üzerinde yapmış olduğu işin anlamı çalışmasında çoğu erkek için iş, geçim sağlamaktan başka işlevlere hizmet etmektedir. İşin başka anlamları olduğu yönündeki bu bulgu, emekliliğin etkisi ve işsizliğin erkekler üzerindeki etkisine ilişkin gözlemlerle tutarlıdır. İş ortamında bulunmamanın onları amaçsız ve katkıda bulunma fırsatlarından yoksun bırakacağını düşündürmektedir. Çalışmak onlara daha geniş bir bakış açısıyla, topluma bağlı olma, yapacak bir şeyleri olduğu, hayatta bir amaçları olduğu hissini verir. Çalışmanın hizmet ettiği bu diğer işlevler, iş dışı etkinliklerde açıkça görülmemektedir.

Atay (2003)'ın Türk yönetici adaylarına yönelik yaptığı araştırma sonucuna göre kendini İslam dinine ait olarak tanımlayan yöneticiler yaşamlarında Schwartz (1994)'ın geliştirdiği değerler ölçeğinde var olan dindar olmak, itaatkâr olmak,

[9] Necm Suresi, 39. Ayet.

sorumluluk sahibi olmak, sosyal güç sahibi olmak gibi değerleri daha çok ön planda tuttukları ve verdikleri kararlarda, davranış ve tutumlarında bu değer yargılarından etkilendiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca yapılan karşılaştırma sonucunda İslam dinine inanan ve İslam'ın gerekliliklerine göre hayatını yaşamaya çalışan yöneticiler, hiçbir dine inanmayan yöneticilere göre çok daha fazla değer yargısına sahiptir.

Ersoy (2006)'un Malatya ilinde tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen 804 kişiden oluşan araştırma sonucuna göre değer hiyerarşisinin en üst sırasında dini değerler bulunmaktadır. Bunu sırasıyla ahlaki değerler, insani ve sosyal değerler, iktisadi değerler, teorik ve bilimsel değerler, siyasi değerler ve estetik değerler takip etmektedir.

İş, bireyin yaşamını devam ettirebilmesi için ekonomik kazancın elde edilmesinde çok önemli bir değerdir (Eğinli, 2009). Bu bağlamda bireyler işlerinde başarılı olabilmeleri ve motivasyonlarını devamlı olarak koruyabilmeleri için işin anlamlılığı duygusunu yaşamak istemektedirler. Dolayısıyla kişilerin gerek bulundukları iş yerlerinde gerekse yaptıkları işlerinde bir anlam duygusuna sahip olabilmesi için dinin vazgeçilmez bir unsur olduğu öngörülmektedir. Buna bağlı olarak;

H1a: İçsel dini yönelim, işte anlamı pozitif yönde etkilemektedir.

H1b: İçsel dini yönelim, iş ilişkilerini pozitif yönde etkilemektedir.

H1c: İçsel dini yönelim, işte anlam arayışını pozitif yönde etkilemektedir.

H1d: İçsel dini yönelim, işte aşkınlığı pozitif yönde etkilemektedir.

H1e: İçsel dini yönelim, işte tevazuyu pozitif yönde etkilemektedir.

H1f: İçsel dini yönelim, işte anlam liderliğini pozitif yönde etkilemektedir.

H1g: Dışsal dini yönelim, işte anlamı pozitif yönde etkilemektedir.

H1h: Dışsal dini yönelim, olan iş ilişkilerini pozitif yönde etkilemektedir.

H1ı: Dışsal dini yönelim, işte anlam arayışını pozitif yönde etkilemektedir.

H1i: Dışsal dini yönelim, işte aşkınlığı negatif yönde etkilemektedir.

H1j: Dışsal dini yönelim, işte tevazuyu negatif yönde etkilemektedir.

H1k: Dışsal dini yönelim, işte anlam liderliğini negatif yönde etkilemektedir.

H2: Materyalist eğilim işin anlamını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

Özensel (2004)'e göre son yıllarda çalışan bireyler dini ve ahlaki değerlere belirli bir düzeyde katılım gösterseler de daha çok modern bireysel ve toplumsal değer yargılarına katılım meyillerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Karaca (2019)'a göre son yıllarda yapılan araştırmalarda göstermiştir ki bireyler için maddi varlıklar ve kazanımlar hayatlarının merkezi konumunda yer almaktadır. Materyalist hayat tarzı, gelişen ve gelişmekte olan ülke ve topluluklar için modern hayatın ayrılmaz bir parçası olarak görünmektedir. Materyalizm, para ve mülkiyet ile güç ve saygınlık kazanmak, kişisel eksiklikleri kapatmak, hayatta varlığını devam ettirebilmek ve öz saygı elde etmek için başvurulan bir değer sistemidir.

Kişilerin hayat felsefesi haline gelen materyalist eğilimler, hayattaki memnuniyet kaynağının temelini oluşturan bir etkendir. Birçok birey kazandığı veyahut kazanmak istediği materyalleri yaşamlarının merkezi haline koyarken daha tatminkâr bireyler için bu materyaller hayatlarını devam ettirmek için gereken araçlar olarak görülür (Yücel Doğan, 2010).

Dini inanış ve maddecilik arasında negatif korelasyon olduğu söylenebilir. Araştırmalar doğrultusunda dini inanış ve materyalist yönelim birbiriyle bağdaşmamaktadır (Tiltay ve Torlak, 2011). Bireylere göre işin anlamlılığında materyalist değerlerin ne düzeyde etkisinin olduğunu test etmek amacıyla;

H2a: Cömert olmama, işte anlamı negatif yönde etkilemektedir.

H2b: Cömert olmama, iş ilişkilerini negatif yönde etkilemektedir.

H2c: Cömert olmama, işte anlam arayışını negatif yönde etkilemektedir.

H2d: Cömert olmama, işte aşkınlığı negatif yönde etkilemektedir.

H2e: Cömert olmama, işte tevazuyu negatif yönde etkilemektedir.

H2f: Cömert olmama, işte anlam liderliğini negatif yönde etkilemektedir.

H2g: Muhafaza etme, işte anlamı pozitif yönde etkilemektedir.

H2h: Muhafaza etme, işte anlam arayışını pozitif yönde etkilemektedir.

H2ı: Muhafaza etme, iş ilişkilerini pozitif yönde etkilemektedir.

H2i: Muhafaza etme, işte aşkınlığı pozitif yönde etkilemektedir.

H2j: Muhafaza etme, işte tevazuyu pozitif yönde etkilemektedir.

H2k: Muhafaza etme, işte anlam liderliğini pozitif yönde etkilemektedir.

H2l: Kıskançlık, işte anlamı negatif yönde etkilemektedir.

H2m: Kıskançlık, işte anlam arayışını pozitif yönde etkilemektedir.

H2n: Kıskançlık, iş ilişkilerini negatif yönde etkilemektedir.

H2o: Kıskançlık, işte aşkınlığı negatif yönde etkilemektedir.

H2ö: Kıskançlık, işte tevazuyu negatif yönde etkilemektedir.

H2p: Kıskançlık, işte anlam liderliğini negatif yönde etkilemektedir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın yöntemi olan nicel yaklaşıma, araştırmada tercih edilen evren ve örnekleme ve araştırmada kullanılan veri toplama araçlarına yönelik bilgiler verilecektir.

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Günümüzde sosyal bilimler alanında kabul gören ve sıklıkla kullanılan en az iki yöntembilimi mevcuttur. Bunlar nitel araştırma (qualitative research) ve nicel araştırma (quantitave research) şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Pozitivist paradigmanın ışığında gelişimini sağlayan nicel araştırma yöntemi, her şeyin ölçülebilir ve gözlemlenebilir gerçeklerden oluştuğunu kabul eder. Nicel araştırma sayısal ifadeleri kullanarak ölçülebilir veri elde etmeyi hedefleyen ve sonuçları istatistiksel olarak analiz eden, objektifliğin ön plana çıktığı bir yaklaşımdır (Çakıcı, 2007: 48-49).

Nitel araştırma ise bütüncül bir bakış açısını esas alarak araştırma problemini doğal ortamında yorumlayan ve raporlaştıran bir yaklaşımdır. Nitel araştırma yönteminde sayısal ifadelere ve istatistiksel analizlere daha az yer verilmekle birlikte sözlü ve psikolojik ölçümler daha çok vurgulanmaktadır. Ayrıca bu tür araştırmalarda araştırmayı yapan kişi de araştırmaya katılımcı rolündedir (Karataş, 2015).

Sınırlı değişkenler arasında neden-sonuç ilişkisine odaklandığı için bu araştırmada nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Diğer bir ifadeyle nicel araştırma yönteminin seçilmesinin amacı değişkenlerin arasındaki ilişkiyi doğru bir şekilde tespit edebilmektir. Bu yöntemin seçilmesinin bir diğer nedeni de çok daha fazla veriyi düşük maliyetle toplama ve daha geniş bir kitleye ulaşma imkânı sağlamasıdır. Nicel araştırma yönteminin her aşaması, sistemli, dikkatli ve önceden planlanmış bir araştırma desenine dayanır. Araştırma kapsamında toplanan verilerin istatistiksel

hesaplarla sayısallaştırılması, araştırmanın başında oluşturulan denencelerin test edilmesi, yorumlanması ve bu doğrultuda genellemeye gidilmesi nicel araştırmanın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

3.1.2. Nicel Veri Toplama Araçları

Nicel veri toplama yöntemleri gözlem, görüşme ve anket olmak üzere üç başlık altına değerlendirilebilir (Şenol, 2012: 16). Araştırma kapsamında kullanılan anket tekniğine yönelik açıklamaya aşağıda yer verilmektedir:

Anket: Araştırmanın amacına yönelik oluşturulmuş belli bir formun, yanıtlayacak kişilerle yüz yüze gelmeden soru cetveli aracılığıyla doldurulması sonucu oluşan veri toplama yöntemidir (Şenol, 2012). Kişilerin davranışları, düşünceleri, tutumları ve bilgisine yönelik kendilerinden yazılı veya sözlü olarak bilgi almak amacıyla başvurulan bir tekniktir (Daşdemir, 2016). Bu yöntemde araştırmanın evrenini ya da örneklemini oluşturan kişilerden yani birinci kaynaktan veri toplanmaktadır. Araştırmacı sözlü ya da yazılı olarak sorularını yöneltir. Bu genellikle karşılıklı iletişimin sağlandığı bir form üzerinden gerçekleştirilir (Odabaşı, 1999).

Yapılan bu araştırma da nicel veri toplama yöntemlerinden anket tekniği tercih edilmiştir. Anket yönteminin seçilmesinin başlıca nedenleri, maliyetinin düşük olması, çok geniş bir gruptan kısa bir zaman diliminde çok miktarda veri toplanabilmesi, elde edilen verilerle analizlerin daha kolay gerçekleştirilebileceği, yüz yüze görüşme olmadığı için katılımcıların çekinmeden ankete daha içten ve dürüst cevaplar verebileceği ve katılımcılara dair daha detaylı çok çeşitli bilgilerin edinileceği düşüncesidir.

1.2. Evren ve Örneklem

Evren; popülasyon, küme ve yığın olarak da adlandırılan bir topluluk hakkında bilgi edinmeye, tanımaya ve genel doğruların çıkarılmasına yarayan canlı, cansız her türlü birimden oluşan bir yapıyı içermektedir. Evrenin başlıca iki görevi bulunmaktadır: Bunlardan birincisi, verilerin elde edilmesidir. Bu açıdan bakıldığında evren, örneklemin seçildiği ve üzerinde araştırma yapılan bir gruptur. İkincisi ise elde edilen bulguların genellenebilmesidir. Bu yönden evren; mevcut ve seçilen örneklem

olabileceği gibi var olmayan kuramsal bir yapıda olabilir. Popülasyonun tüm birimleri incelenirse buna tam sayım, birtakım nedenlerle (maliyet, zaman vd. olanaklar) tam sayım yapılamayıp ana kütleden bir kısım incelenirse buna da örnekleme adı verilir (Bozkurt, 2007: 80; Arıkan, 2011: 47). Örnekleme, tam sayıma göre daha az maliyetli olan kısa sürede toplanan sınırlı verilerin değerlendirilmesine, detaylı olarak incelenmesine ve doğru bilgi edinilmesine olanak sağlayan, her alanda ve sıklıkla tercih edilen veri toplama yöntemidir. Bu yöntemle ana kütle temsil edilerek, ona yönelik genellemelerde bulunulur. Örneklem seçilirken araştırmanın güvenilirliği ve geçerliliği açısından bazı hususlara dikkat etmek gerekmektedir. Bunlar:

- Objektif olarak seçilecek örneklem büyük kümenin tüm özelliklerini taşır nitelikte olmalıdır.
- Örneklemin büyüklüğü yeterli sayıda eleman veya kişiden oluşmalıdır.
- Evrenin büyüklüğü (N) ile örneklemin büyüklüğü (n) arasındaki bağlantıya örnekleme oranı denir. Bu oran kümeyi temsil edecek düzeyde olmalıdır.

$$\text{Örnekleme Oranı (\%)} = \frac{n}{N}\ x\ 100$$

Büyük toplumlarda örnekleme oranı %1 ve hatta daha az olmasına rağmen, küçük kümelerde bu oran %10-15’e kadar yükseliş göstermektedir (Daşdemir, 2016: 69).

Araştırmanın hedef evreni Türkiye de çalışan tüm bireyleri içermektedir. Ancak evrenin tamamına ulaşmanın zor olması, çok uzun bir zaman dilimine ihtiyaç duyulması ve araştırmacının da yaşadığı yer olmasından dolayı çalışma evreni Ankara ili olarak belirlenmiştir. Çalışma evreninde tam sayım yapılamayıp kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem aracılığıyla Ankara’da bulunan 25 ilçeden Çankaya ilçesi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Kolayda örnekleme, verilerin hızlı, ekonomik ve en kolay şekilde toplandığı bir yöntemdir. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki; Türkiye’de yapılan çalışmaların yaklaşık %90’nında kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır (Haşıloğlu vd., 2015). Çankaya ilçesinin seçilmesinin başlıca nedenleri; yapılan son nüfus sayımına göre en fazla nüfusa sahip ikinci ilçe olarak yer alması (925.828) ve 2020 TÜİK verilerine göre ilçeler arası bitirilen eğitim düzeyi (yüksek okul ve fakülte; 305642, yüksek lisans 70323 ve

doktora 22138) sıralamasında birinci sırada yer almasıdır. Ayrıca Ankara'nın kalbi olarak nitelendirilen Çankaya ilçesi, Ankara'nın iş ve istihdam merkezi konumunda olup merkezi iş sahalarını bünyesinde barındırmaktadır (Şahin, 2019).

Yukarıda da belirtildiği gibi Çankaya nüfusu 925.828 kişiyle Ankara'da ki ilçeler arasında en fazla nüfusa sahip ikinci ilçe özelliği göstermektedir. Ancak Çankaya ilçesinde çalışan bireylerin birim sayısının bilinmemesi üzerine örneklem sayısının hesaplanabilmesi için, şu formül kullanılmaktadır (Karagöz, 2014):

$$n = \frac{t^2.p.q}{d^2}$$

Karagöz (2014) formülde yer alan sembollerin tanımlarını aşağıdaki şekilde açıklamıştır:

n: Örneklem sayısını,

p: Ana kütledeki incelenen olayın gerçekleşme olasılığı,

q: Ana kütledeki incelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı,

t: Belirli bir anlamlılık düzeyi,

d: Tahmin edilecek olan ana kütle oranı ile aynı ana kütleden alınan örneklem arasındaki sapma miktarını ifade etmektedir.

Olayın gerçekleşme olasılığı p=0.5, olayın gerçekleşmeme olasılığı q=0.5, a=0.05 de serbestlik derecesindeki t değeri t=1.96 ve örneklem hatası d=0.05 olarak alınmıştır (Karagöz, 2014). Bu doğrultuda değerler formüle uygulandığında araştırma örneklem sayısı (n)=384 olarak belirlenmiştir.

Yapılan bu araştırmada kolayda örnekleme yöntemiyle olması gereken örneklem sayısının (n=384) üzerinde 621 anket toplanmıştır. Ancak araştırmaya farklı illerden katılımın olması sebebiyle 176 anket çıkartılarak 445 anket verisi analize dahil edilmiştir. Anket verilerinin toplanması 18.03.2021 tarihinde başlanmış olup 10.06.2021 tarihinde sona ermiştir. Araştırmada yüz yüze anket uygulaması yerine

gerek sosyal medya hesapları aracılığıyla gerekse e-posta yoluyla Ankara/Çankaya'da iş yaşamını sürdüren bireylere ulaşılmış ve çevrimiçi anket yöntemi uygulanmıştır.

1.3. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Araştırmada öncelikle ilgili alan yazın taraması yapılmıştır. Bu doğrultuda dini yönelim, materyalist eğilim ve işin anlamlılığı ile ilgili kavramsal çerçeve ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu aşamadan sonra Ankara Çankaya'da iş yaşamını sürdüren bireylere anket uygulanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik çoktan seçmeli sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise araştırmanın değişkenlerine yönelik ölçek ifadeleri yer almaktadır.

Bu ölçekler; dini yönelim, materyalist eğilim ve işin anlamlılığı ölçekleridir. Kullanılan ölçeklerdeki ifadeler 5'li likert şeklinde derecelendirilmiştir. Ölçek puanlaması, "1: Kesinlikle Katılmam"; "2: Az Katılırım"; "3: Orta Düzeyde Katılırım"; "4: Çok Katılırım"; "5: Tam Katılırım" şeklinde hazırlanmıştır. Demografik sorularla birlikte anket formunda cevaplanması istenen 62 ifade yer almaktadır. Aşağıda araştırma verilerinin elde edilmesini sağlayan ölçeklere dair bilgilere yer verilmiştir.

1.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Ölçeğin bu bölümü araştırmaya katılan bireylerin çalıştıkları şehir ve ilçeleri, cinsiyetleri, yaşları, gelir düzeyleri, eğitim düzeyleri, meslekleri, mesleklerini isteyerek yapıp yapmama durumu, medeni durumları, eşlerinin çalışıyor olup olmama durumları, çocuklarının olup olmaması, var ise sayısının tespiti, toplam çalışma süreleri, bulundukları işletmede toplam çalışma süreleri, günlük çalışma saatleri, çalıştıkları kurumun niteliği ve gönüllü olarak mesai yapıp yapmayacaklarını tespit etmeye yöneliktir. Kişisel bilgilere yönelik toplamda 17 soru bulunmaktadır. Bu ölçekten elde edilen veriler, araştırmanın değişkenleriyle ilişkisi ve araştırmanın değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermemesi açısından büyük önem arz etmektedir.

1.3.2. Dini Yönelim Ölçeği

Çalışan bireylerin dini yönelimlerini ölçmek amacıyla ilk kez Allport ve Ross (1967) tarafından hazırlanan içsel ve dışsal dindarlık şeklinde 2 alt boyut ve 20 ifadeden oluşan "Dini Odaklılık Ölçeği (Religious-Orientation Scale: ROS)" kullanılmıştır. Ölçeği Türkçe'ye uyarlayan Tiltay ve Torlak (2011) açımlayıcı faktör analizi sonucunda ölçek ifadelerinin 13 maddede toplandığını ve bu 13 maddeli ölçeğin Cronbach Alpha güvenirlik katsayısının 0.85 olduğunu bildirmişlerdir.

Yapılan bu araştırmada Tiltay ve Torlak (2011)'ın Türkçeye uyarlamış olduğu ve aynı zamanda kendi araştırmalarında kullandığı içsel ve dışsal dini yönelim olmak üzere 2 alt boyutlu, 13 ifadeli dini yönelim ölçeği tercih edilmiştir. İçsel dini yönelim boyutu 9, dışsal dini yönelim boyutu 4 ifadeden oluşmaktadır. Alt boyutlara ilişkin olarak içsel dini yönelimin Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı 0.88, dışsal dini yönelimin Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı 0.65 olarak hesaplanmıştır.

1.3.3. Materyalist Eğilim Ölçeği

Ger ve Belk (1996)'in yapmış olduğu araştırma, kültürlerarası materyalizmi keşfetmeye ve anlamını anlamada daha fazla derinlik sağlamaya yöneliktir. Bu doğrultuda Fransa, Romanya, Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere toplam 12 ülkeden seçilen öğrenci örneklemi üzerinde nicel ve nitel (odak grup görüşmeleri) araştırma yöntemleri kullanılarak ölçek yapısı, güvenirliği ve geçerliliği kültürler arasında araştırılmış ve on iki ülkedeki materyalizm seviyeleri karşılaştırılmıştır. Güvenirliği değerlendirmek için Cronbach's Alpha kullanılmıştır. Toplam örnekte ve çalışılan kültürlerin her birinde, ölçek ve alt ölçeklere yönelik özellikle cömertlik boyutu için orta düzeyde tatmin edici alpha seviyeleri bulunmuştur. Türkiye'ye 357 kişiye uygulanan ölçeğin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı 0.59 olarak bulunmuştur. Alt boyutlara ilişkin güvenirlik katsayıları ise şu şekildedir: cömertlik 0.61, sahiplik 0.39, kıskançlık 0.33 ve muhafaza etme 0.51'dir.

Ölçek, Tiltay ve Torlak (2011) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. Ölçeğin uyarlanmış haliyle Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı 0.65 olarak hesaplanmıştır. Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yapılarak ölçeğe son hali verilmiştir. Bu kapsamda ölçeğin orijinal halinde materyalist eğilim 4 boyutlu (Cömert olmama,

sahiplik, kıskançlık ve muhafaza etme), 21 ifadeden oluşmakta iken son halinde 3 boyut (Cömert olmama, kıskançlık ve saklama/muhafaza etme), 11 ifade şeklinde katılımcılara sunulmuştur. Son haline göre alt boyutların Cronbach Alpha katsayıları cömert olmama 0.70, kıskançlık 0.59 ve saklama/muhafaza etme 0.64 olarak hesaplanmıştır.

1.3.4. Anlamlı İş Ölçeği

Göçen ve Terzi (2019) tarafından çalışan bireylerin iş algılarını ölçmek amacıyla oluşturulan 21 maddeden oluşan 6 boyutlu bir ölçektir. Ölçeğin iç tutarlılık anlamındaki güvenirlilik katsayısı 0.84 olup ölçeğin çok iyi derecede uyum gösterdiği belirlenmiştir. Geliştirilen bu ölçeğin boyutları ve güvenirlik katsayıları şu şekildedir: İşte anlam boyutu 0.84, işte anlam arayışı boyutu 0.80, iş ilişkileri boyutu 0.84, işte aşkınlık boyutu 0.73, işte tevazu boyutu 0.74 ve işte anlam liderliği boyutu 0.80 olarak hesaplanmıştır.

Yapılan bu araştırmada tercih edilen anlamlı iş ölçeği 5'li likert tipi bir ölçektir. İşte anlam boyutu, 1, 2, 3, 4, 5. maddeleri kapsarken işte anlam arayışı boyutu, 6, 7, 8. maddeleri içermektedir. 9, 10, 11, 12. maddeler iş ilişkileri boyutunu, 13,14,15. maddeler işte aşkınlık boyutunu 16, 17, 18. maddeler işte tevazu boyutunu ve 19, 20, 21. maddeler işte anlam liderliği boyutunu oluşturmaktadır.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırmada elde edilen verilerin analizi için SPSS 18.0 ve AMOS 23 istatistik programları kullanılmıştır. Bulgular bölümünde ilk olarak araştırmaya katılan Ankara Çankaya ilçesindeki çalışanlara yönelik demografik özelliklerin incelendiği betimsel istatistiklere yer verilmiştir. Sonrasında ise ölçeklere yönelik yapılan açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi bulgularına yer verilmiştir. Son olarak ise değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisini incelemek amacıyla regresyon analizi bulgularına yer verilmiştir.

4.1. Demografik Bulgular

Bu kısımda katılımcılara yöneltilen anketin birinci bölümünü oluşturan kişisel bilgi formunda yer alan sorulara verilen cevaplara ilişkin veriler analiz edilmiştir. Bu cevaplara ilişkin elde edilen bulgular aşağıda tablo 5'de yer almaktadır.

Tablo 4. Çalışan Bireylerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Demografik Özellikler	Düzey	Frekans (f)	Yüzde (%)	Demografik Özellikler	Düzey	Frekans (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	232	**52.1**	**Medeni Durum**	Evli	222	49.9
	Erkek	213	479		Bekar	223	**50.1**
	Toplam	445	445		Toplam	445	445
Yaş Aralığı	18-25	76	17.1	**Gelir Düzeyi**	2800 ve altı	43	9.7
	26-33	194	**43.6**		2801-3500 TL	71	16.0
	34-41	113	25.4		3501-4200 TL	63	14.2
	42-49	35	7.9		4201-4900 TL	39	8.8
	50 ve üzeri	27	6.1		4901 ve üzeri	229	**51.5**
	Toplam	445	445		Toplam	445	445
Eğitim Durumu	İlköğretim	34	7.6	**Eşin Çalışma Durumu**	Evet	174	39.1
	Önlisans	58	13.0		Hayır	59	13.3
	Lisans	243	**54.6**		Eşim yok	212	**47.6**
	Yüksek Lisans	87	19.6				
	Doktora	23	5.2				

	Toplam	445	445		Toplam	445	445
Çocuğunuz Var mı?	Evet	196	44.0	**Varsa Çocuk Sayısı**	Yok	250	**56.2**
					1 Çocuk	86	**19.3**
	Hayır	249	**56.0**		2 Çocuk	81	18.2
					3 Çocuk	22	4.9
					4 ve üzeri	6	1.3
	Toplam	445	445		Toplam	445	445

Araştırmanın örneklemine göre 445 katılımcıdan %52.1'ini kadınlar oluşturmaktadır. Katılımcıların yarısı (%50.1) bekar olmakla birlikte yaş aralığı 26-33 yaş arasında değişkenlik göstermektedir. Gelir düzeylerine bakıldığında ise çoğunluğun (%51.5) 2021 yılı asgari ücretin çok üzerinde olduğu yani 4901 TL ve üzeri bir gelire sahip olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi konusunda TÜİK (2020) verilerini de doğrular nitelikte olan sonuçlara bakıldığında %54.6 oranıyla en fazla lisans mezunu ve yüksek lisans %19.6 mezunu olduğu görülmektedir. Evli olan katılımcılara yöneltilen eşin çalışıp çalışmama durumuna bakıldığında %39.1'inin eşlerinin çalışıyor olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %56 oranında büyük bir çoğunluğunun çocuğunun olmadığı çocuğu olanların da %19.3 oranıyla çekirdek aile yapısına sahip olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların kişisel bilgilerinin yanı sıra iş yaşamları, meslekleri ile ilgili sorular da sorulmuştur. Bu sorulara yönelik bulgular Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların Çalışma Hayatları ile İlgili Bulgular

Demografik Özellikler	Düzey	Frekans (f)	Yüzde (%)
Toplam Çalışma Süresi	1 yıl ve altı	36	8.1
	1 yıl – 3 yıl arası	67	15.1
	4 yıl – 6 yıl arası	86	19.3
	7 yıl – 9 yıl arası	53	11.9
	10 yıl ve üzeri	203	**45.6**
	Toplam	445	445
Bulunduğu İşletmede Çalışma Süresi	1 yıl ve altı	107	24.0
	1 yıl – 10 yıl arası	276	**62,0**
	10 – 20 yıl arası	43	9.7
	20 – 30 yıl arası	13	2.9
	30 yıl ve üzeri	6	1.3
	Toplam	445	445
	8 saat altı	61	13.7

Günlük Çalışma Süresi	8 saat	219	**49.2**
	8 saat üstü	165	37.1
	Toplam	445	445
Gönüllü Olarak Mesai Yapma Durumu	Evet	312	**70.1**
	Hayır	133	29.9
	Toplam	445	445
Meslek	Özel	207	**46.5**
	Kamu	206	46.3
	Diğer	32	7,2
	Toplam	445	445
İstediğiniz Mesleği mi Yapıyorsunuz?	Evet	302	**67,9**
	Hayır	143	32,1
	Toplam	445	445

Araştırma kapsamında yaklaşık 70 meslek gurubundan veri toplanmıştır. Çoğunluğu öğretmen, mühendis, hemşire, doktor ve uzmanlardan oluşan katılımcıların kamu sektöründen çok az bir farkla %46.5 oranıyla özel sektörde istihdam edildiği görülmektedir. Çankaya ilçesi konum itibariyle iş alanında kamu ve özel sektörü sentezlemesi sebebiyle hem özel sektördeki hem de kamudaki çalışanlara ulaşılarak farklı bakış açılarının kazanılmasını sağlamıştır. Katılımcılara yöneltilen "İstediğiniz mesleği mi yapıyorsunuz?" sorusuna %67,9'unun evet cevabı verdiği görülmektedir. %70.1 gibi çok büyük bir çoğunluk gönüllü olarak mesai yapmaya hazır durumdadır. Günlük çalışma sürelerine bakıldığında %49.2'si 8 saat çalışmaktadır. Katılımcıların %45.6'sının şu ana kadar ki toplam çalışma süreleri 10 yıl ve üzeridir. Şuan da bulundukları işletmelerde çalışma sürelerine bakacak olur isek %62'sinin 1 ile 10 yıl arasında çalıştığı görülmektedir. Bu durumun sebebi olarak 26-33 yaş arasında çalışma oranının fazla olması gösterilebilir.

4.1. Dini Yönelim Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi

13 ifadelik dini yönelim ölçeğine yapılan faktör analizi sonucunda ölçeğin 2 boyuttan meydana geldiği görülmüştür. İlgili boyutların maddeleri değerlendirildiğinde içsel ve dışsal dini yönelim maddelerinden bazılarının farklı faktörlere yüklendiği tespit edilmiştir. Ölçeği Türkçe'ye uyarlayan Tiltay ve Torlak (2011)'ın çalışmasında da benzer bir durumun olduğu, yer değiştiren maddelerin olduğu gibi bırakıldığı gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda sorunlu durumu çözmek adına yer değiştiren 7., 9. ve 13. maddeler silinmiş olup geri kalan 10 maddenin içsel ve dışsal dini yönelim boyutlarını sorunsuz bir şekilde temsil ettiği tespit edilmiştir. Ölçeğin yapısal geçerliliğini belirlemek amacıyla temel bileşenler analizi ve varimax

döndürme tekniği kullanılarak açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda örneklem yeterlilik değerini ifade eden Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)'nun 0.89 olduğu ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli düzeyde olduğu belirlenmiştir. Gürbüz ve Şahin (2016) Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin 0.60 ve üzerinde olmasının faktör analizi için yeterli düzeyde olduğunu ve korelasyon matrisindeki ilişkilerin faktör analizi yapmaya uygun olup olmadığını ölçen Barlett küresellik testinin de ($p<0.05$) olması gerektiğini ileri sürmüşlerdir. Yapılan bu araştırma da Barlett küresellik testi (Sig=0,000) şeklindedir. Buna göre dini yönelim ölçeği 10 ifade ve 2 boyuttan oluşmaktadır. 7 ifade içsel dini yönelimi, geriye kalan 3 ifade dışsal dini yönelimi tanımlamaktadır.

Tablo 6. Dini Yönelim Ölçeğine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi

Faktörler	Değişkenler	Faktör Ortak Varyansı	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Özdeğerler
İçsel Dini Yönelim	DY2	.809	.884	44.759	4.476
	DY3	.785	.865		
	DY4	.769	.840		
	DY1	.595	.770		
	DY5	.564	.724		
	DY6	.560	.711		
	DY8	.581	.700		
Dışsal Dini Yönelim	DY11	.749	.864	24.069	2.407
	DY12	.739	.824		
	DY10	.732	.818		
Değerlendirme Kriterleri	Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterlilik Ölçüsü: .897 Yaklaşık Ki Kare Değeri: 2679.693 Bartlett's Testi: .000 Extraction Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi. Açıklanan Toplam Varyans: 68.828				

Açıklanan varyans oranlarına bakıldığında ölçeği en iyi temsil eden boyutun içsel dini yönelim (%45) olduğu görülmektedir. Dışsal dini yönelim ise (%24) oranında temsil gücüne sahiptir. Gürbüz ve Şahin (2016) tüm faktörlerin açıkladıkları toplam varyansın çok boyutlu ölçeklerde en az %50 olması gerektiğini

savunmuşlardır. Yapılan bu analiz sonucu açıklanan toplam varyansın %68 olduğu ve bu açıklamaya göre yeterli olduğu sonucuna varılmıştır.

Tabloda da belirtildiği üzere yapılan döndürme tekniğinden sonra faktör yükleri .88 ile .70 aralığında olduğu görülmektedir. Comrey (1988) faktörleştirme yapılması sırasında mümkün olduğu kadar yüksek faktör yüküne sahip yani yük değeri>.50 olan ifadelerin seçilmesinin gerektiğini ileri sürmüştür. Nitekim yapılan bu analiz sonucunda faktör yüklerinin yeterli düzeyde olduğu görülmektedir.

4.2. Materyalist Eğilim Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi

11 ifadeden oluşan materyalist eğilim ölçeğine yapılan faktör analizi sonucunda ölçeğin boyutunda herhangi bir değişme olmayıp ilk hali gibi 3 boyuttan oluşmaktadır. Ancak 3. ifadenin binişik yük sebebiyle ölçekten çıkarılması uygun görülmüştür. Sonrasında gerçekleştirilen analiz bulguları Tablo 8'de detaylı olarak verilmiştir. Ölçeğin yapısal geçerliliğini belirlemek amacıyla temel bileşenler analizi ve varimax döndürme tekniği kullanılarak açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda örneklem yeterlilik değerini ifade eden Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)'nun 0.73 olduğu ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli düzeyde olduğu belirlenmiştir. Gürbüz ve Şahin (2016) Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin 0.60 ve üzerinde olmasının faktör analizi için yeterli düzeyde olduğunu ve korelasyon matrisindeki ilişkilerin faktör analizi yapmaya uygun olup olmadığını ölçen Barlett küresellik testinin de ($p<0.05$) olması gerektiğini ileri sürmüşlerdir. Yapılan bu araştırma da Barlett küresellik testi (Sig=0,000) şeklindedir. Buna göre materyalist eğilim ölçeği 10 ifade ve 3 boyuttan oluşmaktadır. 4 ifade cömert olmamayı, 3 ifade muhafaza etmeyi ve 3 ifade kıskançlık boyutunu tanımlamaktadır.

Tablo 7. Materyalist Eğilim Ölçeğine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi

Faktörler	Değişkenler	Faktör Ortak Varyansı	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Özdeğerler
Cömert Olmama	ME5	.684	.813	21.732	2.173
	ME4	.638	.792		
	ME1	.479	.637		
	ME2	.477	.579		
Muhafaza Etme	ME9	.677	.814	18.099	1.810
	ME11	.563	.731		
	ME10	.554	.728		
Kıskançlık	ME6	.679	.806	17.801	1.780
	ME8	.627	.765		
	ME7	.386	.560		
Değerlendirme Kriterleri	Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterlilik Ölçüsü: .738 Yaklaşık Ki Kare Değeri: 917.129 Barlett's Testi: .000 Extraction Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi Açıklanan Toplam Varyans: 57.633				

Açıklanan varyans oranlarına bakıldığında ölçeği en iyi temsil eden boyutun cömert olmama (%22) olduğu görülmektedir. Onu sırasıyla muhafaza etme (%18) ve kıskançlık (%17) boyutu takip etmektedir. Gürbüz ve Şahin (2016) tüm faktörlerin açıkladıkları toplam varyansın çok boyutlu ölçeklerde en az %50 olması gerektiğini savunmuşlardır. Yapılan bu analiz sonucu açıklanan toplam varyansın %58 olduğu ve bu açıklamaya göre yeterli olduğu sonucuna varılmıştır.

Tabloda da belirtildiği üzere yapılan döndürme tekniğinden sonra faktör yüklerinin .81 ile 56. aralığında olduğu görülmektedir. Comrey (1988) faktörleştirme yapılması sırasında mümkün olduğu kadar yüksek faktör yüküne sahip yani yük değeri >.50 olan ifadelerin seçilmesinin gerektiğini ileri sürmüştür. Nitekim yapılan bu analiz sonucunda faktör yüklerinin yeterli düzeyde olduğu görülmektedir.

4.3. Anlamlı İş Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi

21 maddelik anlamlı iş ölçeğine yönelik gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin 5 alt boyuttan oluştuğu görülmüştür. Ayrıca ölçeğin binişik yük veya düşük faktör yükü gibi sorunları olmadığı tespit edilmiştir. Ölçeğin Kaiser-

Meyer-Olkin örneklem yeterlilik değerinin .86 olduğu ve örneklem açısından yeterli olduğu ve Barlett test sonucunun da anlamlı olduğu (Sig=0.000) yani değişkenler arasında yüksek korelasyon olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla ölçeğe faktör analizi yapılması açısından bir sakınca olmadığı doğrulanmıştır. Gürbüz ve Şahin (2016) Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin 0.60 ve üzerinde olmasının faktör analizi için yeterli düzeyde olduğunu ve korelasyon matrisindeki ilişkilerin faktör analizi yapmaya uygun olup olmadığını ölçen Barlett küresellik testinin de ($p<0.05$) olması gerektiğini ileri sürmüşlerdir.

Orijinalinde 6 boyutlu olan anlamlı iş ölçeğinin yapılan faktör analizi sonrası 5 boyutlu olduğu tespit edilmiştir. Orijinal ölçekte işte anlam ve işte aşkınlık altındaki iki boyut birleşmiş ve çalışma kapsamında boyuta işte anlam ismi verilerek analizlere devam edilmiştir.

Tablo 8. Anlamlı İş Ölçeğine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi

Faktörler	Değişkenler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Özdeğerler
İşte Anlam	Aİ4	.822	22.590	4.744
	Aİ5	.808		
	Aİ15	.782		
	Aİ3	.756		
	Aİ14	.735		
	Aİ1	.693		
	Aİ2	.645		
	Aİ13	.560		
İş İlişkileri	Aİ10	.837	14.347	3.013
	Aİ11	.816		
	Aİ12	.782		
	Aİ9	.764		
İşte Anlam Arayışı	Aİ6	.906	11.639	2.444
	Aİ7	.903		
	Aİ8	.849		
İşte Anlam Liderliği	Aİ20	.864	10.964	2.302
	Aİ19	.807		
	Aİ21	.737		
İşte Tevazu	Aİ17	.797	9.559	2.007
	Aİ18	.785		
	Aİ16	.782		
Değerlendirme Kriterleri	Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterlilik Ölçüsü: .861 Yaklaşık Ki Kare Değeri: 5246.129 Barlett’s Testi: .000 Extraction Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi Açıklanan Toplam Varyans: 69.098			

Açıklanan varyans oranına bakıldığında ölçeği en iyi temsil eden boyutun işte anlam (%23) olduğu sonrasında iş ilişkileri (%14), işte anlam arayışı (%12), işte anlam liderliği (%11) ve işte tevazu (%10) şeklinde sıralandığı görülmüştür. Toplam açıklanan varyansın %69 olduğu ve bu oranın Gürbüz ve Şahin (2016)'e göre tüm faktörlerin açıkladıkları toplam varyansın çok boyutlu ölçeklerde en az %50 olması gerektiği düşüncesiyle uyuşmakta olup yeterli düzeyde olduğu teyit edilmiştir.

Analiz sonucunda elde edilen boyutlara ait faktör yükleri değerlendirildiğinde .56 ile .91 aralığında olduğu görülmektedir. Comrey (1988) faktörleştirme yapılması sırasında mümkün olduğu kadar yüksek faktör yüküne sahip yani yük değeri>.50 olan ifadelerin seçilmesinin gerektiğini ileri sürmüştür. Bu göre elde edilen faktör yüklerinin yeterli düzeyde olduğu teyit edilmiştir.

4.4. Dini Yönelim Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

Dini yönelim ölçeğine doğrulayıcı faktör analizi yapabilmek adına öncelikle ön koşullar tespit edilmiştir. Bu koşullardan birincisi veri setinde kayıp verinin var olup olmadığına dair inceleme yapılmasıdır. Nitekim bu inceleme sonucunda dini yönelim ölçeğinde herhangi bir kayıp veriye rastlanmamıştır. İkinci koşulda ise veri setinin normal dağılım gösterip göstermediği dini yönelim ölçeği ifadelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri kapsamında yorumlanmıştır. Aşağıda tablo 10'da dini yönelim ölçeğine ait basıklık ve çarpıklık değerleri paylaşılmaktadır.

Tablo 9. Dini Yönelim Ölçeği Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Madde	Çarpıklık	Basıklık	Madde	Çarpıklık	Basıklık
DY1	-2.810	7.276	DY6	-.738	-.543
DY2	-1.604	1.608	DY8	-.934	.035
DY3	-1.196	.445	DY10	1.153	.670
DY4	-.981	-.047	DY11	2.289	5.693
DY5	-1.020	.068	DY12	.900	-.289

Kline (2010), tüm değişkenlerin normal dağılım göstermesi için çarpıklığın mutlak değerinin 3'ün altında, basıklık değerinin ise mutlak değerinin 10'un altında olması gerektiğini savunmaktadır. Bu doğrultuda Dini yönelim ölçeğine ait ifadelerin belirtilen basıklık ve çarpıklık değerleri aralığında olması sebebiyle verinin normal dağılım koşullarına uygun olduğu tespit edilmiştir.

Doğrulayıcı faktör analizi sonrasında model yapısının verilerle uyum gösterip göstermemesi uyum indeksleri yardımıyla test edilir. Bu testi gerçekleştiren birden fazla uyum indeksi vardır. Hangi uyum kriterlerinin kullanılacağına dair kesin görüş olmamakla birlikte genellikle x^2/df, NFI, TLI, CFI, RMSEA, GFI, PGFI, RMR indeks değerleri tercih edilmektedir (Kartal ve Bardakçı, 2018).

Tüm modeller için uyum istatistiklerinin belirlenmesinde kullanılan indeksler, kapsamı ve açıklamaları aşağıda tablo 11 de paylaşılmaktadır.

Tablo 10. Araştırma Kapsamında Kullanılan İndeksler ve Açıklamaları

İndeksler	Kapsamı	Anlamı
Ki Kare (x^2/df) Testi	Genel Uyum	Oluşturulan model ile gözlem değişkenlerine ait kovaryans yapısında ortaya çıkan modelin farklı olup olmadığı hipotezini test eder. x^2 değeri örneklemden etkilendiğinden serbestlik derecesine oranı daha güvenilir sonuç verir.
NFI (Normlaştırılmış Uyum İndeksi)	Karşılaştırmalı Uyum İndeksi	CFI'dan farklı olarak x^2 dağılımının gerektirdiği şartlara bağlı olmaksızın karşılaştırma yapar.
NNFI (TLI)(Tucker-Lewis İndeksi)	Karşılaştırmalı Uyum İndeksi	NFI'ın serbestlik derecesi dikkate alınarak hesaplanmış halidir. Örneklem sayısının etkisini azaltır ve iyi uyum gösteren küçük örneklemeli modellerin reddedilmesini engeller.
CFI (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi)	Karşılaştırmalı Uyum İndeksi	Serbestlik derecesi ve örneklem büyüklüğünü dikkate alarak test edilen modeli temel modele göre mukayese eder.
RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü)	Karşılaştırmalı Uyum İndeksi	Serbestlik derecesini de dikkate alarak modelin örneklem kovaryansı ile ne derece uyumlu olduğunu sınar.
GFI (Uyum İyiliği İndeksi)	Mutlak Uyum İndeksleri	Model uyumunu, örneklem büyüklüğünden bağımsız olarak test eder.

PGFI (Tutarlı Uyum İyiliği İndeksi)	Koruyucu Uyum İndeksleri	GFI'yı, önerilen ve bağımsız modellerin oranını dikkate alarak yeniden yorumlar ve modelin ne ölçüde yalın olduğu konusunda fikir verir.
RMR (Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü)	Artık Temelli Uyum İndeksleri	Korelasyonlar arasındaki farkların karelerinin aritmetik ortalamasının karekökü olarak tanımlanır.

Kaynak: Karagöz, 2016: 969-975; Gürbüz, 2019: 34; Meydan ve Şeşen, 2015: 35; Taşgit, 2013: 170; Kartal ve Bardakçı, 2018: 70.

Yukarıda açıklaması yapılan uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir ve iyi uyum kriterlerini sağlaması için gereken aralıklar aşağıda özetlenmektedir.

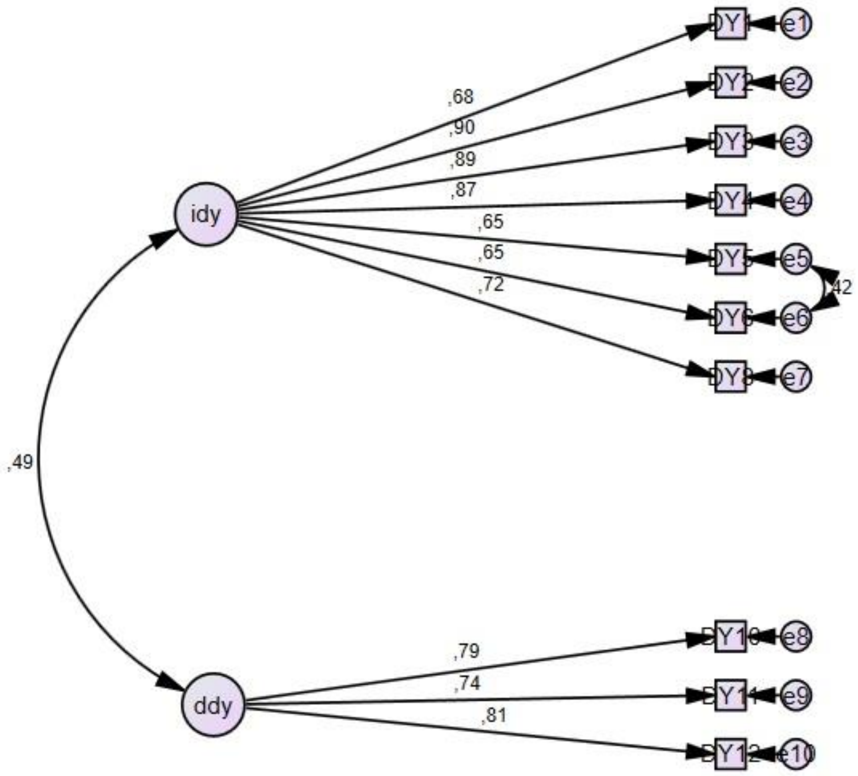
Tablo 11. Uyum İyiliği Değerleri

Model Uyum Kriteri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
x^2/df	$x^2/df \leq 3$	$x^2/df \leq 5$
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1$	$0.90 \leq NFI < 0.95$
TLI	$0.95 \leq TLI \leq 1$	$0.90 \leq TLI < 0.95$
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 1$	$0.90 \leq CFI < 0.95$
RMSEA	$0 < RMSEA \leq 0.05$	$0.05 < RMSEA \leq 0.08$
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 1$	$0.85 \leq GFI < 0.90$
PGFI	1'e yakın	En alt sınır 0.50
RMR	$0 < RMR \leq 0.05$	$0 < RMR \leq 0.08$

Kaynak: Karagöz, 2016: 975; Gürbüz, 2019: 34, Taşgit, 2013: 170, Kartal ve Bardakçı, 2018: 70.

Paylaşılan bu uyum iyiliği değerleri bahsi geçen araştırmacıların (Gürbüz ve Şahin, 2018; Hu ve Bentler, 1999; Kline, 2010; Tabachnick ve Fidell, 2007; Hooper vd., 2008; Byrne, 2010; Schermelleh-Engel vd., 2003) farklı araştırmalardan derledikleri uyum iyiliği aralıklarını göstermektedir. Bu araştırmada ortaya konulan uyum iyiliği değerleri yukarıda belirtilen aralıklar üzerinden değerlendirmeye alınmıştır.

Ön koşulların sağlanması sonucunda yapılan doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen uyum iyiliği değerleri x^2/df = 8.449, NFI = .848, TLI = 834, CFI = .863, RMSEA = .130, GFI = .838, PGFI = .589, RMR = .158 şeklindedir. Değerlerin tabloda gösterilen kabul edilebilir düzeyde olmadığı görülmüştür. İfadelerin faktör yükleri .64 ile .90 değerleri arasındadır. Uyum iyiliği değerlerinden ki kare uyum iyiliği değerinin kabul edilebilir aralığa girmemesi nedeniyle ifadeler arası kovaryans seçenekleri incelenmiş olup 5. ve 6. ifadelerine ait hata terimleri arasında kovaryans ataması yapılmıştır. Atamalar aynı boyuttaki ifadelerin hata terimleri arasında yapıldığından istatiksel ve teorik olarak herhangi bir sorun teşkil etmemektedir. Modelin şekilsel olarak son hali aşağıda sunulmuştur.



idy: İçsel Dini Yönelim, ddy: Dışsal Dini Yönelim

Şekil 3. Dini Yönelim Ölçeği DFA Ölçüm Modeli

Kullanılan analiz programının yönlendirmeleriyle yapılan düzenlemeler sonucunda elde edilen uyum iyiliği değerleri ve ilk modelde elde edilen uyum iyiliği değerlerinin tablolaştırılmış hali aşağıda gösterilmektedir. Yapılan düzenlemeler

sonucu uyum iyiliği değerlerinin Ki kare değeri (x^2/df), RMSEA değeri ve RMR değerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu diğer uyum iyiliği değerlerinin ise NFI, TLI, CFI, GFI, PGFI iyi uyum gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 12. Uyum İyiliği Değerleri

Model Uyum Kriteri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	İlk Model	Modifikasyon Sonrası Model
x^2/df	x^2/df≤ 3	x^2/df≤ 5	8.449	3.398
NFI	0.95 ≤ NFI ≤ 1	0.90 ≤ NFI < 0.95	.848	.959
TLI	0.95 ≤ TLI ≤ 1	0.90 ≤ TLI < 0.95	.834	.959
CFI	0.95 ≤ CFI ≤ 1	0.90 ≤ CFI < 0.95	.863	.970
RMSEA	0 < RMSEA ≤ 0.05	0.05 < RMSEA ≤ 0.08	.130	.073
GFI	0.90 ≤ GFI ≤ 1	0.85 ≤ GFI < 0.90	.838	.950
PGFI	1’e yakın	En alt sınır 0.50	.589	.570
RMR	0 < RMR ≤ 0.05	0 < RMR ≤ 0.08	.158	.063

Benzeşim geçerliğini ölçek amacıyla kullanılan AVE (Average Variance Extracted) değerinin 0.50’nin üzerinde olması faktörün uyum geçerliğinin olduğunu ifade etmektedir. Faktörlere ait yapı güvenirliğini ifade eden CR (Construct Reliability-Composite Reliability) değerinin 0.70’den yüksek ve Cronbach Alpha katsayısının 0.60 ile 0.80 arasında olması beklenmektedir (Kartal ve Bardakçı, 2018).

Tablo 13. Dini Yönelim Ölçeğine Ait Faktör Yükleri, CR ve AVE Değerleri

Boyutlar	Maddeler	Standardize Faktör yükleri	CR	AVE	Cronbach alfa
İçsel Dini Yönelim	DY1	,682	0.911	0.600	.910
	DY2	,901			
	DY3	,888			
	DY4	,870			
	DY5	,649			
	DY6	,646			
	DY8	,719			
Dışsal Dini Yönelim	DY10	,789	0.824	0.609	.811
	DY11	,736			
	DY12	,811			

Fornell ve Larcker (1981) benzeşim geçerliği için AVE değerinin 0.50'den büyük, CR değerinin 0.70'ten büyük ve CR > AVE koşulunu sağlaması gerektiğini ileri sürmüştür. Yapılan bu araştırmada da CR > AVE koşulu sağlanmış olduğundan ölçeğin uyum geçerliğinin ve yapı güvenirliğinin sağlandığı söylenebilir. Ayrıca dini yönelim ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısının da .890 olduğu tespit edilmiştir.

4.5. Materyalist Eğilim Doğrulayıcı Faktör Analizi

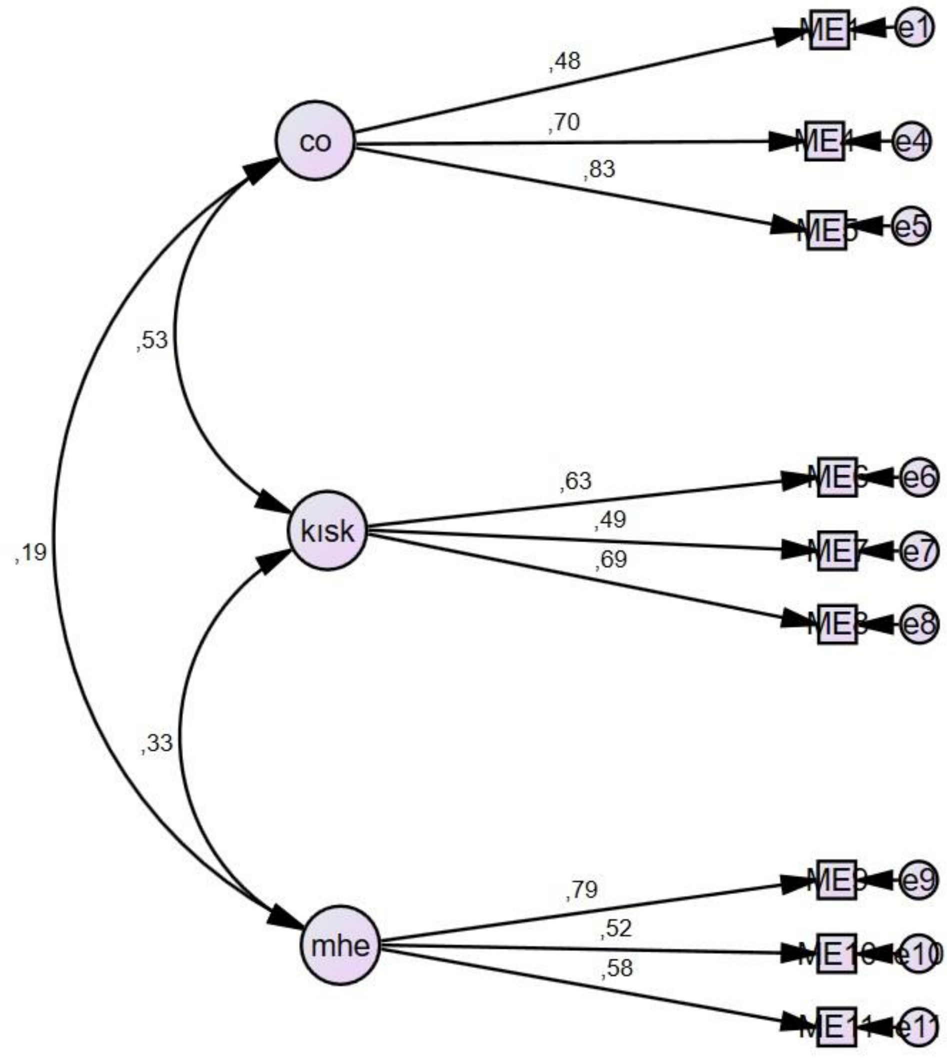
Materyalist eğilim ölçeğine doğrulayıcı faktör analizi yapabilmek adına öncelikle ön koşullar tespit edilmiştir. Bu koşullardan birincisi veri setinde kayıp verinin var olup olmadığına dair inceleme yapılmasıdır. Nitekim bu inceleme sonucunda materyalist eğilim ölçeğinde herhangi bir kayıp veriye rastlanmamıştır. İkinci koşulda ise veri setinin normal dağılım gösterip göstermediği materyalist eğilim ölçeği ifadelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri kapsamında yorumlanmıştır. Aşağıda tablo 15'de materyalist eğilim ölçeğine ait basıklık ve çarpıklık değerleri paylaşılmaktadır.

Tablo 14. Materyalist Eğilim Ölçeği Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Madde	Çarpıklık	Basıklık	Madde	Çarpıklık	Basıklık
ME1	1.309	1.093	ME8	1.423	1.369
ME4	1.836	2.819	ME9	.221	-.812
ME5	1.020	.528	ME10	.087	-.896
ME6	2.477	6.878	ME11	.704	-.486
ME7	.992	.100			

Kline (2010), tüm değişkenlerin normal dağılım göstermesi için çarpıklığın mutlak değerinin 3'ün altında, basıklık değerinin ise mutlak değerinin 10'un altında olması gerektiğini savunmaktadır. Bu doğrultuda Materyalist Eğilim ölçeğine ait ifadelerin belirtilen basıklık ve çarpıklık değerleri aralığında olması sebebiyle verinin normal dağılım koşullarına uygun olduğu tespit edilmiştir.

Ön koşulların sağlanması sonucunda yapılan doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen uyum iyiliği değerleri x^2/df =3.606, NFI = .875, TLI = .867, CFI = .905, RMSEA = .077, GFI = .948, PGFI = .552, RMR = .061 şeklindedir. Değerlere bakıldığında NFI ve TLI uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olmadığı görülmektedir. İfadelerin faktör yükleri .44 ile .80 değerleri arasındadır. Faktör yükü düşük olan ve yapıyı bozduğu düşünülen 2. ifade (Yardım kuruluşlarına bir şeyler bağışlamaktan hoşlanmam) yapıdan çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır. Modelin şekilsel olarak son hali aşağıda sunulmuştur.



co: Cömert Olmama, kısk: Kıskançlık, mhe: Muhafaza Etme

Şekil 4. Materyalist Eğilim Ölçeği DFA Modeli

Düşük faktör yüklü ifadenin çıkarılması sonucunda elde edilen uyum iyiliği değerleri ve ilk modelde elde edilen uyum iyiliği değerlerinin tablolaştırılmış hali aşağıda tablo 16'da gösterilmektedir. Yapılan düzenlemeler sonucu uyum iyiliği değerlerinin, NFI, PGFI ve RMR değerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu TLI, CFI, RMSEA, GFI ve Ki kare değeri (x^2/df) uyum iyiliği değerinin ise iyi uyum gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 15. Uyum İyiliği Değerleri

Model Uyum Kriteri	**İyi Uyum**	**Kabul Edilebilir Uyum**	**İlk Model**	**Modifikasyon Sonrası Model**
x^2/df	$x^2/df \leq 3$	$x^2/df \leq 5$	3.606	1.950
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1$	$0.90 \leq NFI < 0.95$	.875	.939
TLI	$0.95 \leq TLI \leq 1$	$0.90 \leq TLI < 0.95$	.867	.953
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 1$	$0.90 \leq CFI < 0.95$	.905	.969
RMSEA	$0 < RMSEA \leq 0.05$	$0.05 < RMSEA \leq 0.08$	.077	.046
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 1$	$0.85 \leq GFI < 0.90$	.948	.977
PGFI	1'e yakın	En alt sınır 0.50	.552	.521
RMR	$0 < RMR \leq 0.05$	$0 < RMR \leq 0.08$	.061	.051

Benzeşim geçerliğini ölçek amacıyla kullanılan AVE (Average Variance Extracted) değerinin 0.50'nin üzerinde olması faktörün uyum geçerliğinin olduğunu ifade etmektedir. Faktörlere ait yapı güvenirliğini ifade eden CR (Construct Reliability-Composite Reliability) değerinin 0.70'den yüksek ve Cronbach Alpha katsayısının 0.60 ile 0.80 arasında olması beklenmektedir (Kartal ve Bardakçı, 2018). Bir diğer görüş ise CR değerinin 0.60'dan büyük olması durumunda AVE değerinin 0.50'den küçük çıkması kabul edilebilirdir. Ayrıca AVE < 0.50 olduğunda CR > AVE koşulunun sağlanması halinde benzeşim geçerliği yine kabul edilebilirdir (Hair vd., 1998)

Tablo 16. Materyalist Eğilim Ölçeğine Ait Faktör Yükleri, CR ve AVE Değerleri

Boyutlar	Maddeler	Standardize Faktör yükleri	CR	AVE	Cronbach alfa
Cömert Olmama	ME1	.487	0.717	0.469	.694
	ME4	.714			
	ME5	.802			
Muhafaza Etme	ME9	.791	0.669	0.411	.656
	ME10	.523			
	ME11	.578			
Kıskançlık	ME6	.638	0.635	0.371	.622
	ME7	.492			
	ME8	.682			

Fornell ve Larcker (1981) benzeşim geçerliği için AVE değerinin 0.50'den büyük, CR değerinin 0.70'ten büyük ve CR > AVE koşulunu sağlaması gerektiğini ileri sürmüştür. Materyalist eğilim ölçeğine ait cömert olmama, muhafaza etme ve kıskançlık boyutlarının hepsinde AVE değeri 0.50'nin altında çıkmıştır. Ancak tüm boyutlar için CR > AVE koşulu sağlanmış olduğundan ve Cronbach Alpha değerleri doğrultusunda ölçeğin uyum geçerliğinin ve yapı güvenirliğinin sağlandığı söylenebilir. Ayrıca materyalist eğilim ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısının da .701 olduğu tespit edilmiştir.

4.6. Anlamlı İş Doğrulayıcı Faktör Analizi

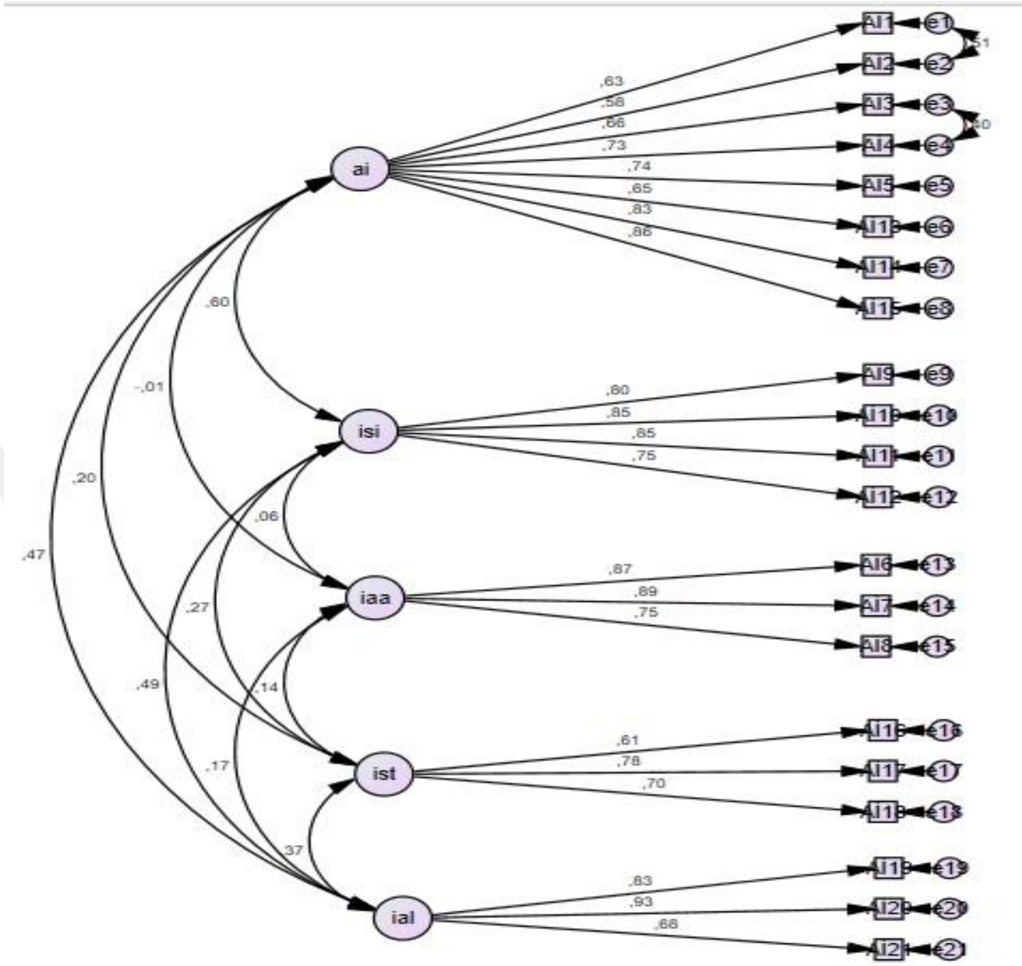
Anlamlı iş ölçeğine doğrulayıcı faktör analizi yapabilmek adına öncelikle ön koşullar tespit edilmiştir. Bu koşullardan birincisi veri setinde kayıp verinin var olup olmadığına dair inceleme yapılmasıdır. Nitekim bu inceleme sonucunda anlamlı iş ölçeğinde herhangi bir kayıp veriye rastlanmamıştır. İkinci koşulda ise veri setinin normal dağılım gösterip göstermediği anlamlı iş ölçeği ifadelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri kapsamında yorumlanmıştır. Aşağıda tablo 18'de anlamlı iş ölçeğine ait basıklık ve çarpıklık değerleri paylaşılmaktadır.

Tablo 17. Anlamlı İş Ölçeği Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Madde	Çarpıklık	Basıklık	Madde	Çarpıklık	Basıklık
Aİ1	-,359	-,611	Aİ12	-,845	,993
Aİ2	-,785	,197	Aİ13	-,415	-679
Aİ3	-,681	-,445	Aİ14	-,643	-,250
Aİ4	-,457	-,823	Aİ15	-,376	-,680
Aİ5	-,220	-,952	Aİ16	-,186	-,751
Aİ6	,234	-,764	Aİ17	-1,048	,607
Aİ7	,346	-,803	Aİ18	-1,056	,471
Aİ8	,107	-,997	Aİ19	-,736	,142
Aİ9	-,340	-,557	Aİ20	-,576	-,273
Aİ10	-,512	-,331	Aİ21	-,390	-,793
Aİ11	-,526	-,258			

Kline (2010), tüm değişkenlerin normal dağılım göstermesi için çarpıklığın mutlak değerinin 3'ün altında, basıklık değerinin ise mutlak değerinin 10'un altında olması gerektiğini savunmaktadır. Bu doğrultuda Anlamlı İş ölçeğine ait ifadelerin belirtilen basıklık ve çarpıklık değerleri aralığında olması sebebiyle verinin normal dağılım koşullarına uygun olduğu tespit edilmiştir. Ön koşulların sağlanması sonucunda yapılan doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen uyum iyiliği değerleri x^2/df =3.940, NFI = .868, TLI = .880, CFI = .897, RMSEA = .081, GFI = .862, PGFI = .668, RMR = .069 şeklindedir. Uyum iyiliği değerlerine bakıldığında çoğunlukla kabul edilebilir aralığa girmedikleri görülmektedir. Ölçek ifadelerinin faktör yükleri değerleri incelendiğinde tüm ifadelerin faktör yükünün .50'nin üzerinde; .57 ve .92 aralığında olduğu görülmektedir. Uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olmaması nedeniyle programın yönlendirdiği düzeltme seçenekleri incelenerek ilk olarak 1. ve 2. maddelerin hata terimleri arasında kovaryans ataması yapılmıştır. Analiz sonuçları incelenerek uyum iyiliği değerlerini daha da iyileştirmek adına 3. ve 4. maddelerin de hata terimleri arasına kovaryans atanarak uyum iyiliği değerleri kabul edilebilir aralığa girmiştir. Atamalar aynı boyuttaki ifadelerin hata terimleri arasında

yapıldığından istatistiksel ve teorik olarak herhangi bir sorun teşkil etmemektedir. Modelin şekilsel olarak son hali aşağıda sunulmuştur.



ai: İşte Anlam, isi: İş İlişkileri, iaa: İşte Anlam Arayışı, iai: İşte Anlam Liderliği, ist: İşte Tevazu

Şekil 5. Anlamlı İş Ölçeği DFA Ölçüm Modeli

Kullanılan analiz programının yönlendirmeleriyle yapılan düzenlemeler sonucunda elde edilen uyum iyiliği değerleri ve ilk modelde elde edilen uyum iyiliği değerlerinin tablolaştırılmış hali aşağıda tablo 19'da gösterilmektedir. Yapılan düzenlemeler sonucu uyum iyiliği değerlerinin, NFI, TLI, CFI, RMSEA, PGFI ve RMR değerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu Ki kare değeri (x^2/df) ve GFI uyum iyiliği değerinin ise iyi uyum gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 18. Uyum İyiliği Değerleri

Model Uyum Kriteri	**İyi Uyum**	**Kabul Edilebilir Uyum**	**İlk Model**	**Modifikasyon Sonrası Model**
x^2/df	$x^2/df \leq 3$	$x^2/df \leq 5$	3.940	2.970
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1$	$0.90 \leq NFI < 0.95$	.868	.902
TLI	$0.95 \leq TLI \leq 1$	$0.90 \leq TLI < 0.95$	.880	.919
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 1$	$0.90 \leq CFI < 0.95$	.897	.932
RMSEA	$0 < RMSEA \leq 0.05$	$0.05 < RMSEA \leq 0.08$	.081	.067
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 1$	$0.85 \leq GFI < 0.90$	.862	.896
PGFI	1'e yakın	En alt sınır 0.50	.668	.687
RMR	$0 < RMR \leq 0.05$	$0 < RMR \leq 0.08$	.069	.066

Benzeşim geçerliğini ölçek amacıyla kullanılan AVE (Average Variance Extracted) değerinin 0.50'nin üzerinde olması faktörün uyum geçerliğinin olduğunu ifade etmektedir. Faktörlere ait yapı güvenirliğini ifade eden CR (Construct Reliability-Composite Reliability) değerinin 0.70'den yüksek ve Cronbach Alpha katsayısının 0.60 ile 0.80 arasında olması beklenmektedir (Kartal ve Bardakçı, 2018). Bir diğer görüş ise CR değerinin 0.60'dan büyük olması durumunda AVE değerinin 0.50'den küçük çıkması kabul edilebilirdir. Ayrıca AVE < 0.50 olduğunda CR > AVE koşulunun sağlanması halinde benzeşim geçerliği yine kabul edilebilirdir (Hair vd., 1998).

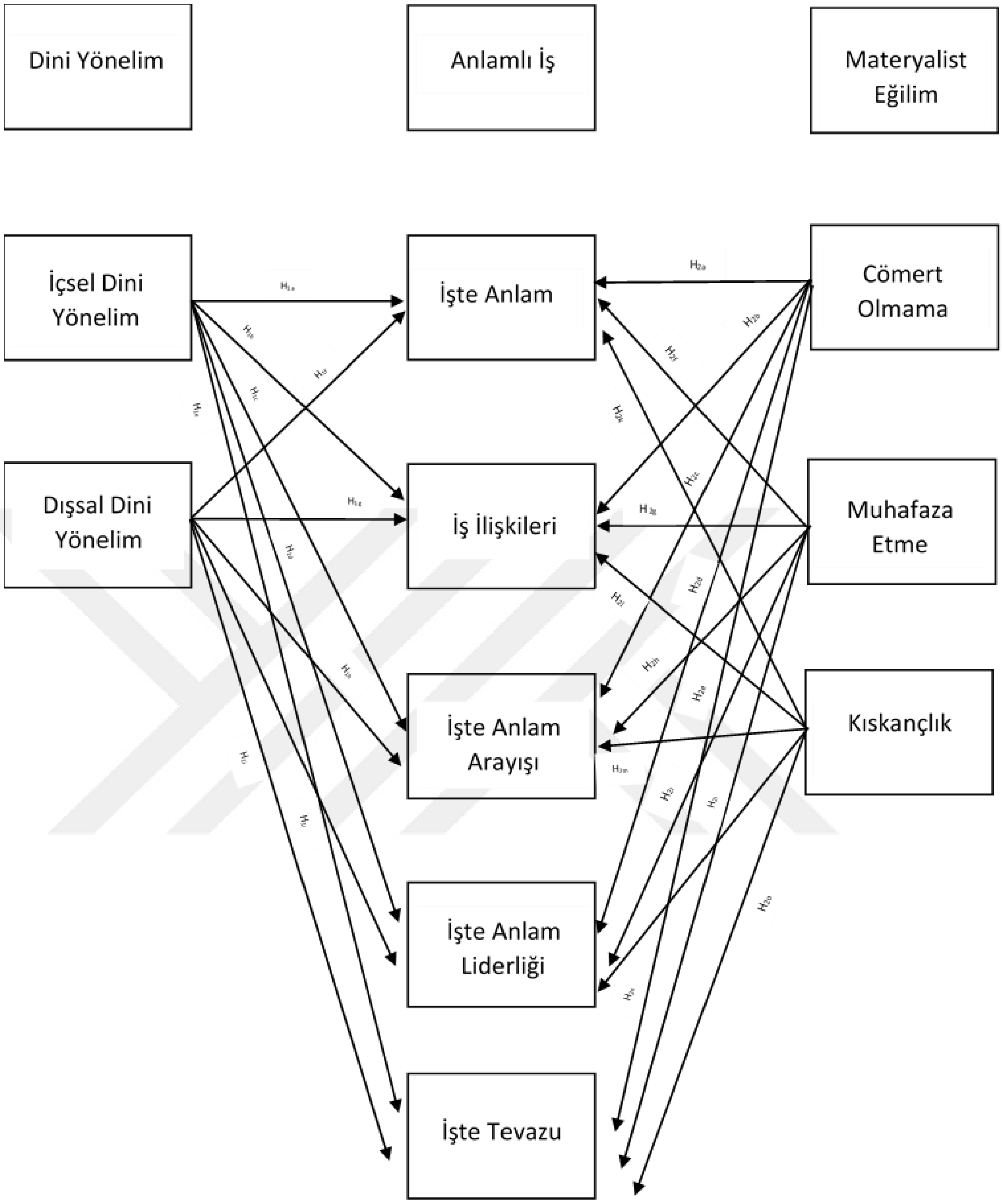
Tablo 19. Anlamlı İş Ölçeğine Ait Faktör Yükleri, CR ve AVE Değerleri

Boyutlar	Maddeler	Standardize Faktör yükleri	CR	AVE	Cronbach alfa
İşte Anlam	Aİ1	.629	0.892	0.513	.898
	Aİ2	.576			
	Aİ3	.633			
	Aİ4	.727			
	Aİ5	.739			
	Aİ13	.655			
	Aİ14	.826			
	Aİ15	.860			
İş İlişkileri	Aİ9	.796	0.886	0.662	.882
	Aİ10	.855			
	Aİ11	.845			
	Aİ12	.753			
İşte Anlam Arayışı	Aİ6	.870	0.876	0.704	.873
	Aİ7	.887			
	Aİ8	.752			
İşte Anlam Liderliği	Aİ19	.829	0.858	0.672	.844
	Aİ20	.925			
	Aİ21	.683			
İşte Tevazu	Aİ16	.605	0.741	0.490	.730
	Aİ17	.776			
	Aİ18	.697			

Fornell ve Larcker (1981) benzeşim geçerliği için AVE değerinin 0.50'den büyük, CR değerinin 0.70'ten büyük ve CR > AVE koşulunu sağlaması gerektiğini ileri sürmüştür. Anlamlı iş ölçeğinin tüm boyutlarında AVE değeri 0.50'nin, CR değeri 0.70'in üstünde çıkmıştır. Ayrıca tüm boyutlar için CR > AVE koşulu sağlanmış olduğundan ve Cronbach Alpha değerleri doğrultusunda ölçeğin uyum geçerliğinin ve yapı güvenirliğinin sağlandığı söylenebilir. Ayrıca anlamlı iş ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısının da .880 olduğu tespit edilmiştir.

4.7. Faktör Analizi Sonrası Araştırma Modeli

Değişkenlere yönelik yapılan açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi sonucunda kurulan ilk araştırma modelinde bazı değişiklikler meydana gelmiştir. Dini yönelim ve materyalist eğilim ölçeklerine dair herhangi bir değişim görülmezken anlamlı iş ölçeğinde işte aşkınlık boyutunun diğer bir boyutla birleştiği tespit edilmiştir. İşte aşkınlık boyutunda yer alan 3 ifade birinci boyut olan işte anlam ile birleşmiştir. Herhangi bir isim değişikliği yapılmamış olup işte anlam boyutu 4 ifadeden 7 ifadeye çıkmıştır. Bu doğrultuda anlamlı iş ölçeğinin 5 boyuttan oluştuğu kesinleşmiştir. Dolayısıyla kuramsal model kapsamında oluşturulan araştırma modeli ve hipotezlerin son hali aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.



Şekil 6. Faktör Analizi Sonucu Oluşturulan Araştırma Modeli

H1a: İçsel dini yönelim, işte anlamı pozitif yönde etkilemektedir.

H1b: İçsel dini yönelim, iş ilişkilerini pozitif yönde etkilemektedir.

H1c: İçsel dini yönelim, işte anlam arayışını pozitif yönde etkilemektedir.

H1d: İçsel dini yönelim, işte anlam liderliğini pozitif yönde etkilemektedir.

H1e: İçsel dini yönelim, işte tevazuyu pozitif yönde etkilemektedir.

H1f: Dışsal dini yönelim, işte anlamı pozitif yönde etkilemektedir.

H1g: Dışsal dini yönelim, iş ilişkilerini pozitif yönde etkilemektedir.

H1h: Dışsal dini yönelim, işte anlam arayışını pozitif yönde etkilemektedir.

H1ı: Dışsal dini yönelim, işte anlam liderliğini negatif yönde etkilemektedir.

H1i: Dışsal dini yönelim, işte tevazuyu negatif yönde etkilemektedir.

H2a: Cömert olmama, işte anlamı negatif yönde etkilemektedir.

H2b: Cömert olmama, iş ilişkilerini negatif yönde etkilemektedir.

H2c: Cömert olmama, işte anlam arayışını negatif yönde etkilemektedir.

H2d: Cömert olmama, işte anlam liderliğini negatif yönde etkilemektedir.

H2e: Cömert olmama, işte tevazuyu negatif yönde etkilemektedir.

H2f: Muhafaza etme, işte anlamı pozitif yönde etkilemektedir.

H2g: Muhafaza etme, iş ilişkilerini pozitif yönde etkilemektedir.

H2h: Muhafaza etme, işte anlam arayışını pozitif yönde etkilemektedir.

H2ı: Muhafaza etme, işte anlam liderliği pozitif yönde etkilemektedir.

H2i: Muhafaza etme, işte tevazuyu pozitif yönde etkilemektedir.

H2k: Kıskançlık, işte anlamı negatif yönde etkilemektedir.

H2l: Kıskançlık, iş ilişkilerini negatif yönde etkilemektedir.

H2m: Kıskançlık, işte anlam arayışını pozitif yönde etkilemektedir.

H2n: Kıskançlık, işte anlam liderliğini negatif yönde etkilemektedir.

H2o: Kıskançlık, işte tevazuyu negatif yönde etkilemektedir.

4.8. Betimleyici Analizler

Bu bölümde araştırmanın bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait her bir boyuta ilişkin ortalamalar, standart sapmalar, ölçeklere ait soru sayıları ve kullanılan ölçek düzeyleri ile ilgili analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Sonuçlar aşağıda tablo 21'de sunulmaktadır.

Tablo 20. Değişkenlere Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Alt Boyutlar	$\bar{x}$	S. Sapma	Soru Sayısı	Ölçek Düzeyi
Dini Yönelim	İçsel Dini Yönelim	4.1098	.93041	7	5'li likert
	Dışsal Dini Yönelim	1.8734	.94610	3	5'li likert
Materyalist Eğilim	Cömert Olmama	1.8599	.85225	3	5'li likert
	Muhafaza Etme	2.8180	.92841	3	5'li likert
	Kıskançlık	1.7393	.76717	3	5'li likert
Anlamlı İş	İşte Anlam	3.5604	.90566	8	5'li likert
	İş İlişkileri	3.6517	.89718	4	5'li likert
	İşte Anlam Arayışı	2.7640	1.0960	3	5'li likert
	İşte Anlam Liderliği	3.7011	.95195	3	5'li likert
	İşte Tevazu	3.8652	.86663	3	5'li likert

Değişkenlere yönelik tanımlayıcı istatistiklere bakıldığında çalışan bireylere ait şu bilgiler elde edilmiştir. Dini yönelimin alt boyutu olan içsel dini yönelim boyutunun ortalamasının ($\bar{x}$=4.1098) olduğu yani araştırmaya katılan bireylerin inandıkları dini içselleştirdiği, dinin hayatlarıyla ilgili birçok konuda yol gösterici olduğunu ve yaratıcının varlığına dair şüphe duymadıkları söylenebilir. Diğer bir boyut olan dışsal dini yönelimin ortalamasının ($\bar{x}$=1.8734) olduğu görülmektedir. Bu durum bireylerin ibadethaneye yalnızca sosyalleşme amaçlı gitmediklerini göstermektedir.

Yapılan analiz sonucu materyalist eğilim boyutları incelendiğinde cömert olmama boyutunun ortalamasının ($\bar{x}$=1.8599) olduğu görülmektedir. Katılımcıların

paylaşımı ve sahip olduklarına yönelik bağışı desteklediği söylenebilir. Muhafaza etme boyutunun ortalamasının (x̄=2.8180) olduğu yani anı mahiyeti taşıyan, değer verilen eşyaları saklamaya yönelik eğilimlerinin var olduğu görülmektedir. Son boyut olan kıskançlık boyutunun ortalaması ise (x̄=1.7393)'dir. Bu ortalama değerlendirildiğinde katılımcıların başkalarıyla kendilerini az düzeyde kıyaslamaya gittikleri söylenebilir.

Anlamlı iş ölçeği alt boyutlarına bakıldığında işte anlam boyutunun ortalamasının (x̄=3.5604) olduğu görülmektedir. Katılımcıların işi sayesinde kendilerini tanımaya olanak buldukları, işleri sayesinde manevi yüksek bir duygu yaşadıkları söylenebilir. Diğer bir boyut olan iş ilişkileri incelendiğinde (x̄=3.6517) katılımcıların iş arkadaşlığına, birlikte sosyalleşme isteklerinin olduğu sonucuna varılabilir ancak bu düzeylerin genellikle orta düzeyde yoğunlaştığı görülmektedir. İşte anlam arayışı boyutunun ortalamasının (x̄=2.7640) olduğu yani çalışan katılımcıların iş hayatları ile ilgili anlam ve amaçları yönünden bir netlik içerisinde oldukları söylenebilir. İşte anlam liderliği alt boyutunun ortalaması (x̄=3.7011) olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların orta düzeyde diğer çalışma arkadaşlarına hayat amaçlarını sorgulama noktasında yardımcı oldukları veya olmak istedikleri sonucuna ulaşılabilir. Anlamlı işin son boyutu olan işte tevazunun ortalamasına bakıldığında ise (x̄=3.8652) olduğu görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların yaptıkları işlerde görev bilincinin olduğu, bu doğrultuda iş karşılığında herhangi bir övgü bekleme algılarının olmadığı belirtilebilir.

4.10. Araştırma Değişkenleri Arasındaki İlişkilere Yönelik Regresyon Analizi Bulguları

Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerin test edilmesi için bu bölümde çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Çoklu regresyon analizi bir bağımlı değişken üzerinde birden fazla bağımsız değişkenin etkisini incelemek amacıyla yapılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016). Bu açıklama doğrultusunda 2 boyutlu dini yönelim ve 3 boyutlu materyalist eğilimin yapılan analizler sonucunda 5 boyuta indirgenen anlamlı iş üzerindeki etkisini inceleme amacıyla regresyon analizi tercih edilmiştir.

Bu doğrultuda gerçekleştirilen çoklu regresyon analizinin tablolaştırılmış hali aşağıda paylaşılmaktadır.

Tablo 21. İşte Anlam ile Dini Yönelim ve Materyalist Eğilim Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Dair Çoklu Regresyon Analizi

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	P	Tol.	VIF
(Sabit)	2.351	.236	-	9.942	.000	-	-
İçsel Dini Yönelim	.078	.056	.080	1.402	.162	.624	1.604
Dışsal Dini Yönelim	.197	.060	.188	3.261	.001	.611	1.636
Cömert Olmama	.098	.053	.092	1.861	.063	.831	1.203
Muhafaza Etme	.182	.045	.186	4.000	.000	.940	1.064
Kıskançlık	-.161	.060	-.136	-2.687	.007	.792	1.263
Bağımlı Değişken: İşte Anlam, R = .324, R^2 = .105, F = 10.297, p = .000, Durbin-Watson = 2.040							

Durbin-Watson katsayısının 2.040 olduğu görülmektedir. Bu değerin 0-4 arasında olması beklenmektedir. Bu doğrultuda bağımsız değişkenler (dini yönelim ve materyalist eğilim) ile hata terimleri arasında sorunsuz bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Değişkenler arasında çoklu eş doğrusallık probleminin tespiti için VIF ve Tolerance değerlerine bakılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016). Tolerance değerlerinin 0.2'den büyük, VIF değerlerinin ise 10'dan küçük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla değişkenler arası çoklu bağlantı sorunu bulunmamaktadır.

Tablo 22 incelendiğinde yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır (F = 10.297, p = .000). Düzeltilmiş R^2 değeri .105'dir. Ortaya çıkan sonuç anlamlı işteki yaklaşık %11 oranındaki varyansın dini yönelim ve materyalist eğilim tarafından açıklandığını gösterir. Beta katsayıları incelendiğinde dışsal dini yönelim, muhafaza etme ve kıskançlık değişkenlerinin bağımlı değişkene anlamlı bir etkisi olduğu görülürken ($p<0.05$) içsel dini yönelim ve cömert olmama değişkenlerinin anlamlı bir etkisi olmadığı görülmektedir. İşte anlam üzerinde en fazla yordayıcılığa sahip boyut dışsal dini yönelim (β=.188) iken ikinci olarak muhafaza etme (β=.186) ve sonrasında kıskançlık (β=.136) boyutudur. Bağımlı değişkene

yönelik dışsal dini yönelim ve muhafaza etme pozitif yönde etki ederken kıskançlık boyutunun negatif yönde etki ettiği görülmektedir.

Bu bilgiler doğrultusunda "H1f: Dışsal dini yönelim işte anlamı pozitif yönde etkilemektedir.", "H2f: Muhafaza etme işte anlamı pozitif yönde etkilemektedir." ve "H2k: Kıskançlık işte anlamı negatif yönde etkilemektedir." hipotezleri kabul edilirken "H1a: İçsel dini yönelim işte anlamı pozitif yönde etkilemektedir." ve "H2a: Cömert olmama, işte anlamı negatif yönde etkilemektedir." hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 22. İş İlişkileri ile Dini Yönelim ve Materyalist Eğilim Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Dair Çoklu Regresyon Analizi

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	P	Tol.	VIF
(Sabit)	3.179	.241	-	13.191	.000	-	-
İçsel Dini Yönelim	-.070	.057	-.072	-1.228	.220	.624	1.604
Dışsal Dini Yönelim	.214	.062	.206	3.473	.001	.611	1.636
Cömert Olmama	.010	.054	.009	.186	.853	.831	1.203
Muhafaza Etme	.140	.046	.145	3.018	.003	.940	1.064
Kıskançlık	-.097	.061	-.083	-1.586	.113	.792	1.263
Bağımlı Değişken: İş İlişkileri R =.229, R^2 =.053 F = 4.866, p =.000, Durbin-Watson = 2.025							

Durbin-Watson katsayısının 2.025 olduğu görülmektedir. Bu değerin 0-4 arasında olması beklenmektedir. Bundan dolayı bağımsız değişkenler (dini yönelim ve materyalist eğilim) ile hata terimleri arasında sorunsuz bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Değişkenler arasında çoklu eş doğrusallık probleminin tespiti için VIF ve Tolerance değerlerine bakılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016). Tolerance değerlerinin 0.2'den büyük, VIF değerlerinin ise 10'dan küçük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla değişkenler arası çoklu bağlantı sorunu bulunmamaktadır.

Tablo 23 incelendiğinde yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır (F = 4.866, p = .000). Düzeltilmiş R^2 değeri .053'dir. Ortaya çıkan sonuç iş ilişkilerinde %5 oranındaki varyansın dini yönelim ile materyalist eğilim tarafından açıklandığını gösterir. Beta katsayıları incelendiğinde bağımsız tüm değişkenlerin regresyon modeline dahil edilmesi sonucunda dışsal dini yönelim ve

muhafaza etme boyutlarının anlamlı katkısı vardır (p<0.05). Diğer bağımsız değişkenlerin anlamlı bir katkısı yoktur. İş ilişkileri üzerinde en fazla yordayıcılığa sahip olan boyut dışsal dini yönelimdir (β=.152). Her iki bağımsız değişkenin de bağımlı değişken üzerinde pozitif yönde etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Buna göre “H1g: Dışsal dini yönelim iş ilişkilerini pozitif yönde etkiler.” “H2g: Muhafaza etme iş ilişkilerini pozitif yönde etkiler.” hipotezleri kabul edilirken “H1b: İçsel dini yönelim iş ilişkilerini pozitif yönde etkiler.” “H2b: Cömert olmama iş ilişkilerini negatif yönde etkiler.” “H2l: Kıskançlık iş ilişkilerini negatif yönde etkiler.” hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 23. İşte Anlam Arayışı ile Dini Yönelim ve Materyalist Eğilim Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Dair Çoklu Regresyon Analizi

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	P	Tol.	VIF
(Sabit)	1.091	.288	-	3.790	.000	-	-
İçsel Dini Yönelim	.119	.068	.101	1.752	.080	.624	1.604
Dışsal Dini Yönelim	.090	.074	.071	1.228	.220	.611	1.636
Cömert Olmama	.094	.064	.073	1.474	.141	.831	1.203
Muhafaza Etme	.146	.055	.124	2.638	.009	.940	1.064
Kıskançlık	.219	.064	.153	3.004	.003	.792	1.263
Bağımlı Değişken: İşte Anlam Arayışı, R =.307, R^2 = .094, F = 9.151, p =.000, Durbin-Watson =1.953							

Durbin-Watson katsayısının değeri 1.953’dur. Bu değerin 0-4 arasında olması beklenmektedir. Bundan dolayı bağımsız değişkenler (dini yönelim ve materyalist eğilim) ile hata terimleri arasında sorunsuz bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Değişkenler arasında çoklu eş doğrusallık probleminin tespiti için VIF ve Tolerance değerlerine bakılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016). Tolerance değerlerinin 0.2’den büyük, VIF değerlerinin ise 10’dan küçük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla değişkenler arası çoklu bağlantı sorunu bulunmamaktadır.

Tablo 24 incelendiğinde yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır (F =9.151, p = .000). Düzeltilmiş R^2 değeri .094’tür. Ortaya çıkan sonuç işte anlam arayışındaki %9 oranındaki varyansın dini yönelim ve materyalist

eğilim tarafından açıklandığını gösterir. Beta katsayıları incelendiğinde bağımsız tüm değişkenlerin regresyon modeline dahil edilmesi sonucunda, muhafaza etme ve kıskançlık boyutlarının anlamlı bir katkısı vardır ($p<0.05$). İşte anlam arayışı üzerinde en fazla yordayıcılığa sahip olan boyut kıskançlık (β=.153)'tır. Daha sonra muhafaza etme (β=.124), boyutu gelmektedir. Anlamlı işin alt boyutu olan işte anlam arayışı ile bağımsız değişkene ait anlamlı katkısı olan boyutlar arasında pozitif yönlü bir ilişkinin var olduğu görülmektedir.

Buna göre "H2h: Muhafaza etme işte anlam arayışını pozitif yönde etkilemektedir." H2m: Kıskançlık işte anlam arayışını pozitif yönde etkilemektedir." hipotezleri kabul edilirken "H1c: İçsel dini yönelim işte anlam arayışını pozitif yönde etkilemektedir." "H1h: Dışsal dini yönelim işte anlam arayışını pozitif yönde etkiler." "H2c: Cömert olmama işte anlam arayışını negatif yönde etkiler." hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 24. İşte Anlam Liderliği ile Dini Yönelim ve Materyalist Eğilim Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Dair Çoklu Regresyon Analizi

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	P	Tol.	VIF
(Sabit)	3.119	.254	-	12.261	.000	-	-
İçsel Dini Yönelim	.113	.060	.110	1.884	.060	.624	1.604
Dışsal Dini Yönelim	.123	.065	.112	1.890	.059	.611	1.636
Cömert Olmama	-.125	.057	-.112	-2.213	.027	.831	1.203
Muhafaza Etme	.071	.049	.069	1.449	.148	.940	1.064
Kıskançlık	-.083	.064	-.067	-1.286	.199	.792	1.263
Bağımlı Değişken: İşte Anlam Liderliği, R =.250, R^2 = .062, F = 5.834, p =.000, Durbin-Watson = 2.110							

Durbin-Watson katsayısının 2.110 olduğu görülmektedir. Bu değerin 0-4 arasında olması beklenmektedir. Bundan dolayı bağımsız değişkenler (dini yönelim ve materyalist eğilim) ile hata terimleri arasında sorunsuz bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Değişkenler arasında çoklu eş doğrusallık probleminin tespiti için VIF ve Tolerance değerlerine bakılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016). Tolerance değerlerinin 0.2'den büyük, VIF değerlerinin ise 10'dan küçük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla değişkenler arası çoklu bağlantı sorunu bulunmamaktadır.

Tablo 25 incelendiğinde yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır (F=5.834, p=.000). Düzeltilmiş R^2 değeri .062'dir. Ortaya çıkan sonuç işte anlam liderliğindeki %6 oranındaki varyansın dini yönelim ve materyalist eğilim tarafından açıklandığını göstermektedir. Beta katsayıları incelendiğinde bağımsız tüm değişkenlerin regresyon modeline dahil edilmesi sonucunda yalnızca cömert olmama boyutunun anlamlı bir katkısı vardır. ($p<0.05$). İşte anlam liderliği üzerinde yordayıcılığa sahip olan tek boyut cömert olmama (β=-.112)'dır. Anlamlı işin alt boyutu olan işte anlam liderliği ile cömert olmama arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

Bu bilgiler ışığında "H2d: Cömert olmama işte anlam liderliğini negatif yönde etkilemektedir." hipotezi kabul edilirken "H1d: İçsel dini yönelim işte anlam liderliğini pozitif yönde etkilemektedir." "H1ı: Dışsal dini yönelim işte anlam liderliğini negatif yönde etkilemektedir." "H2ı: Muhafaza etme işte anlam liderliğini pozitif yönde etkilemektedir." "H2n: Kıskançlık işte anlam liderliğinin negatif yönde etkilemektedir." hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 25. İşte Tevazu ile Dini Yönelim ve Materyalist Eğilim Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Dair Çoklu Regresyon Analizi

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	p	Tol.	VIF
(Sabit)	3.371	.234	-	14.402	.000	-	-
İçsel Dini Yönelim	.078	.055	.084	1.414	.158	.624	1.604
Dışsal Dini Yönelim	.077	.060	.077	1.293	.197	.611	1.636
Cömert Olmama	-.001	.052	-.001	-.011	.992	.831	1.203
Muhafaza Etme	.093	.045	.100	2.066	.039	.940	1.064
Kıskançlık	-.157	.059	-.134	-2.653	.008	.792	1.263
Bağımlı Değişken: İşte Tevazu, R =.205, R^2 = .042, F = 3.849, p = .002, Durbin-Watson = 1.987							

Durbin-Watson katsayısının 1.987 olduğu görülmektedir. Bu değerin 0-4 arasında olması beklenmektedir. Bundan dolayı bağımsız değişkenler (dini yönelim ve materyalist eğilim) ile hata terimleri arasında sorunsuz bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Değişkenler arasında çoklu eş doğrusallık probleminin tespiti için VIF ve Tolerance değerlerine bakılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016). Tolerance değerlerinin

0.2’den büyük, VIF değerlerinin ise 10’dan küçük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla değişkenler arası çoklu bağlantı sorunu bulunmamaktadır.

Tablo 26 incelendiğinde yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır (F= 3.849, p=.002). Düzeltilmiş R^2 değeri .042’dir. Ortaya çıkan sonuç işte tevazudaki %4 oranındaki varyansın dini yönelim ve materyalist eğilim tarafından açıklandığını gösterir. Beta katsayıları incelendiğinde bağımsız tüm değişkenlerin regresyon modeline dahil edilmesi sonucunda muhafaza etme ve kıskançlık boyutlarının anlamlı katkısı vardır (p<0.05). İşte tevazu üzerinde en fazla yordayıcılığa sahip olan boyut kıskançlık (β=-.134)’tır. Anlamlı işin alt boyutu olan işte tevazu ile kıskançlık arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

Buna göre “H2i: Muhafaza etme işte tevazuyu pozitif yönde etkilemektedir.” “H2o: Kıskançlık işte tevazuyu negatif yönde etkilemektedir.” hipotezleri kabul edilirken “H1e: içsel dini yönelim işte tevazuyu pozitif yönde etkilemektedir.” “H1i: Dışsal dini yönelim işte tevazuyu negatif yönde etkilemektedir.” H2e: Cömert olmama işte tevazuyu negatif yönde etkilemektedir.” hipotezleri reddedilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde, elde edilen bulgulara dayalı olarak sonuçlar akademik literatürdeki sonuçlarla karşılaştırılarak tartışılmış ve bunlara yönelik değerlendirmeler yapılmıştır. Sonrasında bu değerlendirmeler doğrultusunda bundan sonra yapılacak olan bilimsel çalışmalar için akademisyenlere ve çalışanlara yönelik öneriler sunulmuştur.

5.1.Sonuç

Bireylerin vakitlerinin büyük bir bölümünü harcadıkları yer olan iş, modern hayatın önemli bir parçası haline gelmiştir. Bireyler için iş günümüzde birçok farklı anlam taşımaktadır. İşin anlamı, bireylerin performansını, işe olan bağlılığını ve memnuniyetini artırarak birey için oldukça motive edici bir kaynaktır. Diğer yandan işin anlamını bulamayan, işi değerli görmeyen, kendi kişisel özellikleri ile iş özellikleri arasında bir bağlantı kuramayan bireyler, çalıştıkları yerde ve işte anlam eksikliği hissedecektir. Bu durum bireylerin göreve karşı daha ilgisiz olmasına neden olacak ve görevin zahmete değer bir iş olmadığı düşüncesini ortaya çıkaracaktır. Bu doğrultuda işin anlamı arayışında değer temelli bir arka planın sağlanması gerekmektedir. Değer oluşumunda din olgusunun önemli bir etkisinin olduğu söylenebilir. Dini değerler kişinin hayatında tercihlerine, kararlarına ve davranışlarına yön veren önemli bir etken olmakla birlikte bir hayat tarzını da ifade eder. Diğer yönden değer oluşumunda bireyin maddi unsurları nasıl algıladığı da önemli bir kriterdir. Materyalizm, bireylerin tutum yapısının bir parçası, maddi nesnelerin ve fiziksel rahatlığın manevi değer niteliği taşıyan şeylerden daha fazla önemli olduğunu savunan bir görüştür. Günümüzde çalışan bireylerin dini ve materyalist değerler denkleminde işlerine anlam yüklediği düşüncesine dayanarak araştırma işin anlamı üzerinde dini ve materyalist değerlerin hangisinin ne düzeyde etkisinin olduğunu tespit etmek amacıyla yapılmıştır.

Bu kapsamda 445 kişiden çevrim içi anket tekniğiyle veri toplanmış ve toplanan bu veriler SPSS ve AMOS istatistik paket programları ile analize dahil edilmiştir.

İşin anlamlılığının alt boyutu olan işte anlam ile içsel ve dışsal dini yönelim arasındaki ilişkinin tespiti için gerçekleştirilen analiz sonucunda işte anlam üzerinde yalnızca dışsal dini yönelimin anlamlı ve olumlu bir katkısının olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cirhinlioğlu (2010)'na göre dışsal dini yönelimin dışsal-kişisel ve dışsal-sosyal olmak üzere iki boyutu vardır. Dışsal-sosyal inancı benimseyen kişiler dini sosyal kazançlara yönelik bir araç olarak görmektedirler. Dışsal-kişisel inancı benimseyen kişiler ise sıkıntılı zamanlarında rahatlama, huzur sağlama, korunma ve güvenlik gibi kişisel ihtiyaçları karşılama noktasında dine başvururlar. Dine bu yaklaşım tarzı referans alındığında araştırma sonuçları göstermiştir ki bireylerin dışsal dini yönelim ile işlerinde kendilerini daha iyi tanıma imkanı bulduğu, bu durumun onların kişisel gelişimine fayda sağladığı ve işlerindeki amacı keşfetmelerine yardımcı olduğu düşünülmektedir. Dışsal olarak güdülenmiş birey dinini tam anlamıyla yaşamaktan ziyade dini işiyle ilgili manevi bir güç elde etmek için kullanmaktadır. Davidson ve Caddell (1994) dinin, insanların işleri hakkındaki görüşlerini ve tutumlarını etkilediğini savunmuşlardır. Bu doğrultuda bireylerin işe karşı tutumlarının sosyal ve dini temellerini incelemişlerdir. Araştırma sonucuna göre bireylerin işte anlam bulmasında, işle ilgili faktörler başta olmak üzere; din, dini bağlılık, sosyal adalet inançları ve kişisel özellikler (eğitim, aile geliri, cinsiyet gibi) etkili olmaktadır. Yapılan bu araştırma sonucunun da literatüre uygun şekilde gerçekleştiği görülmektedir. Ayrıca yapılan araştırmalar göstermiştir ki işlerini anlamlı bulan, işlerinin büyük bir amaca hizmet ettiğini düşünen bireyler iş yerlerinde kendilerini çok daha iyi hissetmekte, hayatlarında işlerini merkezi bir konuma yerleştirmekte ve çok önemli görmektedirler (Arnold, Turner vd., 2007). Aynı bağımlı değişken olan işte anlam üzerinde bağımsız değişken olan materyalist eğilimin alt boyutlarından muhafaza etme ve kıskançlığın anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Ancak kıskançlığın beklenildiği gibi işte anlam üzerindeki etkisi negatif yönlüdür. Bireyler sahip olma arzusu ve bu sahip olduklarını biriktirmeye yönelik davranışlarda bulunma eğilimi göstererek işte anlamı buldukları düşünülmektedir. İşi, hayatlarında maddi basitlik yerine diğer bir ifadeyle sadelik yerine materyal karmaşıklığa sahip olmak için bir araç veya alan olarak görmektedirler. Ayrıca maddi varlıkları biriktirerek işin onlar

için büyük bir amaca hizmet ettiği görüşünü benimsedikleri söylenebilir. Diğer yandan katılımcıların işlerinde başkalarına ait şeylere karşı güçlü bir istek duymaları, iş ortamında maddi veya statü olarak kendilerinden üstün olan arkadaşlarına karşı olumsuz duygular beslemeleri, onların karşısında kendilerini küçük düşürülmüş biri olarak görmeleri işte manevi olarak tatmin olamamalarına ve manevi olarak güçsüzlük yaşamalarına neden olacağı görüşünü savundukları tespit edilmiştir. Aksi halde kıskançlık özelliğine sahip bireyler minimum seviye; iyi oluş, hayat memnuniyeti veya genel mutluluk duyguları taşıdıkları da araştırma sonuçlarında belirtilmiştir (Tokgöz, 2018).

İşin anlamlılığının bir diğer boyutu olan iş ilişkilerinin üzerinde bağımsız değişkenlerden yalnızca dışsal dini yönelimin ve muhafaza etmenin anlamlı ve olumlu yönde bir katkısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer boyutların içsel dini yönelim, cömert olmama ve kıskançlığın anlamlı bir katkısı bulunmamaktadır. Cirhinlioğlu (2010) dışsal dini yönelimin dışsal-kişisel ve dışsal-sosyal olarak iki boyutta ele alınabileceğini ileri sürmüştür. Din bu noktada bireylere sosyal kazançlara yönelik bir bakış açısı da sağlamaktadır. Dışsal dini yönelime sahip bireyler bir gruba ait olma, sosyal ilişkiler kurarak kendini geliştirme, sosyal statü sağlama gibi istekleri doğrultusunda hareket ederler. Dolayısıyla dışsal dini yönelimin bu özelliklerinin iş ilişkilerini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Dinin dışsal yönünün varlığı katılımcıların iş ortamında çalışma arkadaşlarıyla verimli vakit geçirebildiğini, iş ortamında aile hissinin yaşanıldığını, iş arkadaşları arasında karşılıklı memnuniyetin ve dayanışmanın sağlandığını açıklar niteliktedir. Literatürde Ceylan, Çöl ve Gül (2005)'ün idari çalışanlar üzerinde yaptıkları çalışmada işin anlamlılığını etkileyen özellikler ortaya konmaktadır. Bireylerin iş arkadaşları, amirleri ve altları, çalışma takımının diğer üyeleri ile ilişkilerinin diğer bir bakış açısıyla onlardan aldığı destek ve motivasyonun işin anlamlılığı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Buna sebep olarak idari çalışanların iş arkadaşları, amirleri ve astlarından destek alamadıkları, iş yerinde karşılıklı dayanışma hissini yaşayamadıkları gösterilebilir. Bunun yanı sıra iş yerinde bireyler arası etkileşim sonucu oluşan hatıra değeri taşıyan şeyleri veya olayları, durumları somutlaştırıp saklamaya yönelik bir eğilim söz konusudur. Bu durumun bireyler arası ilişkilerin daha da güçlenmesini sağlayacağı düşünülmektedir. Bireylerin maddi varlıklara anlam yükledikleri ve

bunları muhafaza etmeye yönelik davranışlar sergiledikleri, bu durumunda birey ile diğer kişiler ve iş yeri arasında bağlılık, sadakat ve özveri açısından iyi ilişkilerin kurulmasına zemin hazırlayacağı beklenmektedir.

İşin anlamlılığının bir diğer boyutu olan işte anlam arayışı üzerinde bağımsız değişken olan materyalist eğilimin boyutlarından muhafaza etme ve kıskançlık boyutlarının pozitif yönde ve anlamlı bir katkısının olduğu görülmektedir. Uzunbacak ve Akçakanat (2018)'ın yaptığı araştırma sonucunda çalışan bireylerin işlerini değerli görmesi, işlerine para kazanmaktan daha öte bir anlam yüklemesi, gerçekleştirdiği işi anlamlı bulması durumunda öznel zindelik ve iş tatminin arttığı sonucuna ulaşılmıştır. İnsanlar zamanlarının büyük bir kısmını çalışarak geçirmektedirler. İşlerinde bir anlam bulamayan, kendi amaçları ile çalıştıkları kuruluşun amaçlarının örtüşmemesi gibi nedenlerden dolayı bireyler işte bulamadığı anlamı başka yönlerden aramaya başlayacaktır. Bu noktada anlam arayışında olan katılımcıların, işle ilgili olayları, yaşanan deneyimleri ve anıları korumaya yönelik tutum sergiledikleri, maddi anlamda bir şeyleri elinde tutmaları ile işlerindeki anlamı ve işlerinin amacını bulma arayışı içinde oldukları tespit edilmiştir. Diğer yandan iş yaşamında amaç ve anlam arayışında olan bireylerin başkalarının sahip olduğu zenginliğe, ellerinde bulunan varlıklara ya da kariyer hayatlarındaki hızlı yükselişe yönelik güçlü bir istek ve kötü niyet duyması bireyler için işte anlam arayışı üzerinde etkin bir rol oynamaktadır.

İşin anlamlılığının boyutu olan işte tevazu üzerinde materyalist eğilimin alt boyutlarından muhafaza etme ve kıskançlığın anlamlı etkisi bulunmaktadır. Muhafaza etme anlamlı ve pozitif yönde etki ederken kıskançlık boyutu anlamlı ve negatif yönde etkilemektedir. Tevazunun özünde bireyin kendisini bilmesi ve bu doğrultuda davranması yatar. Tevazu sahibi birey, ben merkezci, kendi çıkarlarını gözeten yaklaşımlar değil, bulundukları iş yerlerinin ve toplumun başarısını her şeyin üstünde tutar. Tevazu çok sayıda bireyin hayranlık duyduğu ancak layıkıyla yerine getirenin oldukça az olduğu bir davranış biçimidir. Bu kapsamda bireylerin davranış ve tutumlarında gerek iş ile ilgili durumlarda gerekse başkalarının sahip olduklarına yönelik kıskançlık duygusu arttığında işte tevazu azalacaktır. Tevazu, çalışanlar arasında daha sağlam bir ilişkinin olmasını, paylaşımların çoğalmasını ve güven ortamının pekiştirilmesine olanak sağlayacaktır. Bu doğrultuda çalışanların

başkalarına veya başkalarının elinde bulunanlara yönelik kötü niyet beslemesi işte tevazu davranışına engel oluşturacaktır. Diğer yönden bireylerin, işle ilgili veya iş arkadaşları ile ilgili hatıra mahiyeti taşıyan şeyleri saklamaya ve somutlaştırmaya yönelik davranışlar sergilemesi işte tevazu davranışını da olumlu yönde etkilemektedir. Bireylerin işe yönelik basit şeylerden dahi keyif alması, işle ilgili ve iş arkadaşlarıyla yaptıkları paylaşımlara kadar hiçbir detayı değersiz görmemesi, işi zor, sıkıcı, moral bozucu veya yorucu görmek yerine iş için sonuna kadar sabır göstermesi işte tevazu davranışına pozitif etki sağlayan yönlerdir.

İşin anlamlılığının son alt boyutu olan işte anlam liderliğinin üzerinde dini yönelim boyutlarından yalnızca cömert olmamanın anlamlı ve negatif yönlü bir etkisi vardır. Rosso, Dekas ve Wrzesniewski (2010)'ye göre liderler çalışanlar için işin anlamını etkileyen, bireyleri yönlendiren önemli bir faktör olarak ifade edilmiştir. Liderlerin uygulamaları, bireylerin yaptıkları işin amacını benimseme ve bu amaca yüklenen anlam seviyesini etkilemektedir. Anlam liderliği diğer bireylerin de refah ve huzurunu sağlamayı gerektiren bir davranışken cömert olmama ya da namıdiğer cimrilik ben merkezci bir davranıştır. Bu davranışta kişisel çıkarlar her şeyin üstündedir. Bu eğilimde olan birey sahip olma arzusu ve yalnızca kendisi için kazanma mücadelesi sonucu ortaya çıkan kaygıyla elinde var olan kazanımları başkalarına vermek istemeyecektir. Yani bireylerin cömert olmama durumu, bilgi, birikim, deneyimleri, pozisyonları, yetenekleri ve maddi-manevi tüm varlıkları paylaşma isteksizliği arttıkça işte anlam liderliği davranışı azalmaktadır. Bu durumunda, diğer bireylerin anlam ve üyelik bilincinin oluşmasını engelleyerek ciddi değişim ve dönüşümlerin önünü kapatacak bir faktör olduğu düşünülmektedir.

5.2.Öneriler

Bu başlık altında yapılan araştırmadan elde edilen bulgulara göre araştırmacılara ve çalışanlara yönelik bazı öneriler sunulabilir:

5.2.1. Araştırmacılara Yönelik Öneriler

Literatüre katkı sağlamak amacıyla dini ve materyalist değerler dışında işin anlamlılığına yönelik ne gibi faktörlerin etkili olduğu nicel ve nitel yaklaşımların bir

arada kullanılmasıyla değerlendirilebilir. Diğer yandan gelecekte yapılacak olan çalışmaların anlamlılığın kültüre, çevreye ve yetiştirildiği ortama göre de değişiklik gösterebileceği düşüncesiyle farklı bölgelerde yaşayan (il, ilçe, kır-kent ayrımı vs.) farklı örneklemden oluşan bireylere uygulanmasının sonuçlarda farklılıklara yol açacağı düşünülmektedir. Araştırmaya katılım gösterenlerin büyük çoğunluğu yüksek eğitim düzeyinde ve gelir düzeyleri de ortalamanın üzerindeki bireylerden oluşmaktadır. Bu durum göz önüne alındığında daha düşük eğitim seviyesinde ve düşük gelirli bireyler için sonuçlar genellenemez. Bu kapsamda eğitim ve gelir düzeyleri arasındaki farklılıkların karşılaştırılması yapılarak konunun zenginleştirilmesine katkıda bulunulabilir. Araştırmada tek bir sektör odaklı gidilmemiştir. İleriki çalışmalarda belirli bir sektör belirlenip o doğrultuda çalışma yürütülebilir veyahut birden fazla sektörün kıyaslamasına gidilebilir. Daha genel bir bakış açısıyla dini yönelim ve materyalist eğilimin hayatın anlamına olan yordayıcılığı ele alınarak konuya ilişkin daha geniş bir çerçeve sunulabilir. Araştırma kapsamında kullanılan dini ve materyalist eğilim ölçekleri farklı kültür ve coğrafya için hazırlanmış olup bu ölçekleri doğrudan alıp kullanmak yerine uygulanacak bölgeye ve kültüre göre alternatif ölçekler kullanılabilir. Bu durum araştırılmak istenen konu ve yöre hakkında daha gerçekçi sonuçlara ulaşılması bakımından önem arz etmektedir.

5.2.2. Çalışanlara Yönelik Öneriler

Bireylerin işlerini daha anlamlı görmesini sağlayacak bir kriter iş arkadaşlarıyla, amirleriyle ve altlarıyla iyi ilişkiler kurabilmesine bağlıdır. Bu noktada çalışanlar kendi aralarında kıskançlık, çekememezlik, hırs gibi olumsuz duygular yaratacak uygulamalardan ve olaylardan kaçınmalıdır. Bunun yerine karşılıklı dayanışmayı ve birbirlerini desteklemeye yönelik davranışları benimsemelidirler. Aksi takdirde hem iş yeri için hem de bireylerin kendisi için olumsuz sonuçlar ortaya çıkacaktır. Bir diğer araştırma sonucuna göre çalışanlar arasında varolan anlam liderleri, diğer çalışanlara ne yapılması gerektiğini, bilgi ve tecrübelerini paylaşmasının yanı sıra işin neden yapıldığını, hangi amaca hizmet ettiğini, işin değerinin önemine yönelik uygulamalar yaparak işle ilgili değişim ve dönüşümlerin önünü açabilirler.

6. KAYNAKÇA

Adalı, D. (2011). *Diyalektik Materyalizm Tarihsel Materyalizm* (3. Baskı). İstanbul: Kaldıraç Yayıncılık.

Adıgüzel, O., Tanrıverdi, H. ve Özkan, D.S., (2011), Mesleki profesyonellik ve bir meslek mensupları olarak hemşireler örneği, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9 (2), 237-259.

Akdoğan, M. (2016). *Davranışsal İktisat Açısından Lüks Tüketim, Materyalizm, Sosyo-Ekonomik Statü ve Dini Değerler* (1. Baskı). Bursa: Ekin Yayıncılık.

Akgün, M. (2014). *Materyalizmin Türkiye'ye Girişi* (3. Baskı). Ankara: Elis Yayıncılık.

Akıncı, A. (2005). Hayata anlam vermede dini değerlerin ve din öğretiminin rolü. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 3 (9), 7-24.

Aktepe, V. ve Yel, S., (2009), İlköğretim öğretmenlerinin değer yargılarının betimlenmesi: Kırşehir ili örneği, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi,* 7(3), 607-622.

Akto, A. (2014). Değerler açısından etnik kimliklerin tutumları. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22, 214-229.

Akyüz, İ. (2014). Türkiye'de gençlik, din ve değerler konusunda yapılan ampirik araştırmaların yöntem ve içerik analizi. *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17(30), 1-20.

Allport, G.W. (1963). Behavioral science, religion and mental health. *Journal of Religion and Health,* 2(3), 187-197.

Allport, G.W. ve Ross, J.M., (1967), Personal religious orientation and prejudice, *Journal of Personality and Social Psychology,* 5(4), 432-443.

Allport, G.W. (2014). *Birey ve Dini*. (Çev. Bilal Sambur). Ankara: Elis Yayıncılık.

Alvesson, M. (1998). The business concept as a symbol. *International Studies of Management&Organization*, 28(3), 86-108.

Arıkan, R. (2011). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri* (1. Basım). Ankara: Nobel Yayıncılık.

Arnold, A.K.; Barling, J.; Turner, N.; Kelloway, E.K. ve McKee, M.C. (2007), Transformational leadership and psychological well-being: the mediating role of meaningful work, *Journal of Occupational Health Psychology*, 12(3), 193-203.

Arslan, M., (2003). Türkiye'de islam ve çalışma ahlakı değerleri, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1(2), 7-21.

Arslan, M., (2020). *Tüketimin Karanlık Üçlüsü: Açgözlülük, Materyalizm ve Tüketici Kibrinin Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisine Yönelik Hatay'da Bir Araştırma.* Doktora tezi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.

Atay, S. (2003). Türk yönetici adaylarının, siyasal ve dini tercihleri ile yaşam değerleri arasındaki ilişki. *Değerler Eğitimi Dergisi,* 1(3), 87-120.

Aybey, S. (2018). Ailenin dini değerleri aktarmadaki rolü ve bu süreçte dikkat edilmesi gereken ilkeler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 554-560.

Aydın, M. (2003). Gençliğin değer algısı: Konya örneği. *Değerler Eğitimi Dergisi,* 1(3), 121-144.

Aydeniz, H. (2010). Engels'in materyalizmi ve din eleştirisi. *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 33, 64-89.

Ayyıldız, M. (2012). *Türkçe Ders Kitaplarındaki Okuma ve Serbest Okuma Metinlerini Dini ve Ahlaki Değerler Açısından İncelenmesi.* Yüksek Lisans Tezi Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.

Bailey, C. ve Madden, A. (2016). What makes work meaningful – or meaningless. *MIT Sloan Management Revıew,* 53-61.

Baloğlu, M. ve Balgalmış, E., (2005), İlköğretim ve ortaöğretim yöneticilerinin öz-değerlerinin betimlenmesi: Tokat ili örneği, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 3(10), 19-21.

Bartley, W.W. (2017). *Ahlak ve Din*. (Çev. Ali Yıldırım). Ankara: Elis Yayıncılık.

Baykal, E. (2018). Spiritüelite (Ruhsallık) ve iş ortamında anlam arayışı. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 2(1), 11-25.

Beldağ, A. (2016). Values education research trends in Turkey: A content analysis. *Journal of Education and Training Studies*, 4(5), 101.

Belk, R.W. (1984). Three scales to measure constructs related to materialism: Reliability, validity and relationships to measures of happiness. *Advances in Consumer Research,* 11, 291-297.

Belk, R.W. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material World. *Journal of Consumer Research*, 12, 265-280.

Bilgiç, R. (2008). İş özellikleri kuramı: Geniş kapsamlı gözden geçirme. *Türk Psikoloji Yazıları*, 11(22), 66-77.

Bodur, H.E. (2015). *Değerler ve Eğitimi – II Sempozyum Bildirileri Kitabı*. Eylül. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları, 221-236.

Bozkurt, E. (2007). Bilimsel araştırma ile ilgili temel kavramlar. (Editör: Durmuş Ekiz). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri.* İstanbul: Lisans Yayıncılık, 64-98.

Bozyiğit, S. (2019). Dini değerlerin takıntılı satın alma eğilimi ve çevreye yönelik tutum üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi,* 9(18), 319-337.

Burroughs, J.E. ve Rındfleısch, A., (2002), Materialism and well-being: A conflicting values perspective, *Journal of Consumer Research*, 29(3), 348-370.

Byrne, B.M. (2010). *Structual Equation Modeling with AMOS.* Newyork: Routledge.

Ceylan, A., Çöl, G. ve Gül, H., (2005), İşin anlamlılığını belirleyen sosyal-yapısal özelliklerin güçlendirmeye olan etkileri ve sonuçları üzerine bir araştırma, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(1), 35-51.

Cirhinlioğlu, F.G., (2006). *Üniversite Öğrencilerinde Utanç Eğilimi, Dini Yönelimler, Benlik Kurguları ve Psikolojik İyilik Hali Arasındaki İlişkiler*. Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Cirhinlioğlu, F.G. (2010). Dini yönelimler ve önyargı. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi,* 7(1), 1366-1384.

Cartwright, S. ve Holmes, N., (2006), The meaning of work: The challenge of regaining employee engagement and reducing cynicism, *Human Resource Management Review*, 16, 199-208.

Chalofsky, N. (2003). An emerging construct for meaningful work. *Human Resource Development International,* 6(1), 69-83.

Clarke, I.ve Micken, K.S., (2002), An exploratory cross-cultural analysis of the values of materialism, *Journal of International Consumer Marketing*, 14(4), 65-86.

Comrey, A.L. (1988). Methodological contrıbutıons to clinical research. Factor-analytic methods of Scale development in personality and clinical psychology. *Journal of Consulting and Clinical Psychology,* 56(5), 754-761.

Conger J.A. ve Kanungo, R.N., (1988), The empowerment process: Integrating theory and practice, *Academy of Management Review*, 13(3), 471-482.

Cruess, S.R., Johnston, S. ve Cruess, R.L., (2014), Profession: A working definition for medical educators, *Teaching and Learning in Medicine*, 16(1), 74-76.

Çağbayır, A. (2007). *Ötüken Türkçe* Sözlük (1,2,3). İstanbul.

Çakıcı, Y. (2007). Bilimsel araştırma yaklaşımları. (Editör: Durmuş Ekiz). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri.* İstanbul: Lisans Yayıncılık, 48-62.

Çakır, M.A. (2011). *Meslek Seçimi, Mesleki Karar ve Mesleki Kararsızlık* (1. Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.

Çapar, H. (2019). Sağlık alanında meslekleşme ve Türkiye'nin yaşadığı sorunlar: Yeni mesleklere doğru. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(3), 803-816.

Çimen, K. (2012). Hutbeler. https://www.ditib.de/detail_predigt2.php?id=101&lang=en adresinden 14.10.2020 tarihinde alınmıştır.

Çopur, Z. (2011). Effects of financial socialization and perceived norms on materialism: College students sample. *Journal of Family and Economic Issues,* 32(4), 1-20.

Daşdemir, İ. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (1. Basım). Ankara: Nobel Yayıncılık.

Davidson, J.C. ve Caddel, D.P., (1994), Religion and the meaning of work, *Journal for the Scientific Study of Religion*, 33(2), 135-147.

Demirezen, İ. (2010). Tüketim toplumunun oluşumu ve din ile etkileşimi. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 10(3), 97-109.

Dinç, M., Uzunbacak, H.H. ve Akçakanat, T., (2019), Örgütsel nostaljinin işten ayrılma niyeti üzerine etkisinde işin anlamlılığının aracı rolü, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 36, 349-369.

Doğan, V., (2012). *Paranın Algılanan Sembolik Değeriyle Materyalist Eğilimler Arasındaki İlişki.* Yüksek lisans tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.

Eğinli, A.T. (2009). Çalışanlarda iş doyumu: Kamu ve özel sektör çalışanlarının iş doyumuna yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), 35-52.

Erdem, A.R. (2003). Üniversite kültüründe önemli bir unsur: Değerler, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1(4), 55-72.

Erdoğan, E. (2015). Tanrı algısı, dini yönelim biçimleri ve öznel dindarlığın psikolojik dayanıklılıkla ilişkisi: üniversite örneklemi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 12(29), 223-246.

Ersoy, E. (2006). *Değer Farklılaşmalarının Sosyolojik Boyutu.* Doktora tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

Ertekin, Y. (1987). *Halkla ilişkiler sempozyumu*. 20-21 Nisan. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi ve Basın Yayın Yüksekokulu Basımevi, 35-46.

Evcimen, C., Çakıcı, A. ve Çakıcı, C., (2020), İşin anlamlılığının sapma davranışı ve performansa etkisi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23(2), 672-683.

Eyuboğlu, İ.Z. (2004). *Türk* Dilinin Etimoloji Sözlüğü (4. Baskı). İstanbul.

Fam, K.S.; Waller, D.S. ve Erdoğan, B.Z., (2002), The influence of religion on attitudes towards the advertising of controversial products, *European Journal of Marketing*, 38(5/6), 537-555.

Feyizli, H.T. (2019). *Feyzü'l Furkan Tefsirli Kur'an-ı Kerim Meali* (14. Baskı). İstanbul: Server Yayınları.

Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research,* 18(1), 39-50.

Genç, S. Z. ve Eryaman, M.Y., (2008), Değişen değerler ve yeni eğitim paradigması, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 89-102.

Gennerich, C. ve Huber, S., (2006), Value Prıorıtıes and Content of Religiosity – New Research Perspectives, *Archiw für Religions psychologie*, 28, 253-267.

Ger, G. ve Belk, R. W., (1996), Cross-cultural differences in materialism, *Journal of Economic Psychology*, 17, 55-77.

Gezgin, M.G. (2000). Çalışma sosyolojisi-sosyal gelişme kitle iletişimi ilişkileri (1). *İstanbul Jounal of Sociological Studies*, 0(26), 55-95.

Giddens, J.L., Schermer, J.A. ve Vernon, P.A., (2009, December). Personality and ındividual differences. *Science Direct*, 46. https://www.journals.elsevier.com/personality-and-individual-differences adresinden 30 Ekim 2020 tarihinde alınmıştır.

Göçen, A. ve Terzi, R. (2019). Eğitim Örgütleri için Anlamlı İş Ölçeği. *GEFAD/GUJGEF*, 39(3), 1487-1512.

Grunig, J.E. (2000). Collectivism, collaboration and societal corporatism as core Professional values in public relations. *Journal of Public Relations Research*, 12(1), 23-48.

Gündüz, Ş. (2017). *Din ve İnanç* Sözlüğü (2. Baskı). İstanbul: Vadi Yayıncılık.

Güngör, E. (1998). *Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar* (2. Basım). İstanbul: Ötüken Yayıncılık.

Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (3. Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Gürbüz, S. (2019). *AMOS ile Yapısal Eşitlik Modellemesi.* Ankara: Seçkin Yayınevi.

Hackman, J.R. ve Oldham, G.R., (1975), Development of the job diagnostic survey, *Journal of Applied Psychology*, 60(2), 159-170.

Hackman, J.R. ve Oldham, G.R., (1976), Motivation through the design of work: test of a theory. *Organizational Behavior and Human Performance,* 16, 250-279.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (1998). Multivariate Data Analysis. *Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall,* 5(3), 207-219.

Harlak, H. ve Eskin, M., (2018), Dini yönelim ve dindarlık ölçeklerinin geliştirilmesi ve psikometrik özelliklerinin incelenmesi. *Psikiyatri, Nöroloji ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 56(2), 24-32.

Harpaz, I. ve Fu, X., (2002), The structure of the meaning of work: A relative stability amidst change, *Human Relations*, 55(6), 639-667.

Haşıloğlu, S.B.; Baran, T. ve Aydın, O. (2015), Pazarlama araştırmalarındaki potansiyel problemlere yönelik bir araştırma: kolayda örnekleme ve sıklık ifadeli ölçek maddeleri, *Pamukkale İşletme ve Bilim Yönetimi Dergisi,* 2(1), 19-28.

Hooper, D., Coughlan, J. & Mullen, M. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research Methods,* 6(1), 53-60.

Hu, L. & Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives. *Structural Equation Modelling,* 6(1), 1-55.

Isaksen, J. (2000). Constructing meaning despite the drudgery of repetitive work. *Journal of Humanistic Psychology,* 40(3), 84-107.

Işık, V. (2013). Kurumsal sosyal sorumluluğun değiştirdiği çalışma kavramı ve yeni bir çalışma alanı olarak sosyal girişimler. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 3(1), 101-131.

İkis, M. ve Kuşat, A., (2021), Öz-duyarlık ve dini yönelim ilişkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi,* 8(1), 109-125.

İnce, M., Bozyiğit, S. ve Kadıoğlu, C.T., (2019), Reklamlarda ünlü kullanımının y kuşağı tüketicilerinin materyalist eğilimleri üzerindeki etkisi, *Ömer Halisdemir İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(4), 496-513.

Kamber, A. (2014). *Duygusal Emek Bağlamında Çalışmanın Anlamı ve İşe Yabancılaşma*. Yüksek lisans tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.

Kapız, S.Ö. (2001). İşin değişen anlamı ve birey yaşamında önemi. *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 3(2).

Karabati, S. ve Cemalcilar, Z., (2010), Values, materialism and well-being: A study Turkish university students. *Journal of Economic Psychology*, 31, 624-633.

Karaca, Ş. (2019). Materyalist eğilimlerin anlık satın alma davranışına etkisinin incelenmesi: üniversite öğrencilerine yönelik bir çalışma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 243-260.

Karacoşkun, M. D. (2004). Dini inanç-dini davranış ilişkisine sosyo-psikolojik yaklaşımlar. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 4(2), 23-36.

Karadağ, A. (2002). Meslek olarak hemşirelik. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 5 (2).

Karagöz, Y. (2014). *SPSS 21.1 Uygulamalı Biyoistatistik* (1. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Karagöz, Y. (2016). *SPSS 23 ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler*. Ankara: Nobel Yayınları.

Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi,* 1(1), 62-80.

Kartal, M. ve Bardakçı, S. (2018). *SPSS ve AMOS Uygulamalı Örneklerle Güvenirlik ve Geçerlik Analizleri* (1. Basım). Ankara: Akademisyen Kitabevi.

Kasser, T. ve Ryan, R.M., (1993), A dark side of the American dream: Correlates of financial success as a central life aspiration, *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(2), 410-422.

Kaymakcan R. ve Meydan, H. (2015). *Değerler ve Eğitimi – II Sempozyum Bildirileri Kitabı*. Eylül. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları, 169-194.

Keser, A. (2005). Çalışmanın değişen anlamı ve çalışmaya ilişkin yeni trendler. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 0(49), 362-377.

Keser, A. ve Güler, B.K. (2016). *Çalışma Psikolojisi*. (1. Baskı). İstanbul: Umuttepe Yayınları.

Kilbourne, W., Grünhagen, M.ve Foley, J., (2005), A cross-cultural examination of the relationship between materialism and individual values, *Journal of Economic Psychology*, 26, 624-641.

Kline, R. B. (2010). *Principles and Practise of Structural Equation Modeling.* (3. Basım) New York: Guilford Publications.

Kluckhohn, C. ve Others. (1951). Values and value-orientations in the theory of action. Harvard University Press, https://www.degruyter.com/hup/view/book/9780674863507/10.4159/harvard.9780674863507.c8.xml?language=en adresinden 23 Ekim 2020 tarihinde alınmıştır.

Kopelman, R.C. ve Rovenpor, J. (2006). Allport-Vernon-Lindzey Study of Values. (Editör: Jeffrey H. Greenhaus ve Gerald A. Callahan). *Encyclopedia of Career Development.* Amerika Birleşik Devletleri: Sage Referans Yayınları, 15-18.

Korkmaz, F. (2011). Meslekleşme ve ülkemizde hemşirelik. *Sağlık Bilimleri Hemşirelik Dergisi*, 18(2), 59-67.

Kumaş, H. ve Fidan, F., (2005), Akademisyen ve tekstil işçileri karşılaştırması örneğinde çalışan kadınların çalışma olgusuna bakışları. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 0(50), 508-532.

Kutanis, R.Ö. (2014). *Örgütlerde Davranış Bilimleri* (6. Basım). Adapazarı: Sakarya Yayıncılık.

Le, M.T.H. (2020). Social comparison effects on brand addiction: An mediating role of materialism. *Journal of Heliyon*, 6(11), 1-9.

Lips-Wiersma, M. ve Wright, S. (2012). Measuring the meaningful work: Development and validation of the comprehensive meaninful work scale, *Group & Organizational Management*, 37(5), 655-685.

May, D.R., Gilson, R.L. ve Harter, L.M., (2004), The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 11-37.

Mehmedoğlu, A.U. (2013). Din, dindarlık ve değerler. *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 173-189.

Metin, Ö., Ünlü, İ. ve Kaşkaya, A., (2017), Çocukların değer ulaşımına ebeveyn eğitim durumunun etkisi, *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi,* 5(8), 150-159.

Meydan, C. H. & Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları.* Ankara: Seçkin Yayınevi

Morse, C.N. ve Weiss, R.S., (1955), The function and meaning of work and the job, *American Sociological Review*, 20(2), 191-198.

Moseley, A. (2010). *A'dan Z'ye Felsefe.* (Çev. Ali Süha) İstanbul: NTV Yayınevi.

Muncy, J.A. ve Eastman, J.K., (1998), Materialism and consumer ethics: An exploratory study, *Journal of Business Ethics*, 17, 137-145.

Odabaşı, Y. (1999). Anket Yöntemi. (Editör: Ali Atıf Bir). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi*, 3-223.

Overell, S. (2009). The meanig of work, provacation paper 3. *The Good Work Commision Report.*

Önder, M. ve Bulut, H., (2013), Temel dini değerler ve değerler eğitimi. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 15-32.

Ören, K. ve Yüksek, H., (2012), Geçmişten günümüze çalışma hayatı, *Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 1(1), 2147-3668.

Özensel, E. (2004). *Türk Gençliğinin Değerleri (Liseli Gençlik Üzerine Bir Araştırma).* Doktora tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Özkalp, E. (2003). Örgütlerde işin çalışanlar için anlamı ve iş dizaynı. *Kamu-İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 7(2), 2-26.

Özkan, C. (2017). *İşin Anlamlılığının İş Performansı ve Sapma Davranışına Etkisi: Mersin İlinde Yapılan Bir Araştırma.* Doktora tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Öztemel, K. (2020). *Kariyer Planlama ve Geliştirme* (2. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Pekcan, A. (2008). Zaruriyyat düzeyindeki gai değerlerin mahiyeti ve evrensel niteliği üzerine. *İslami İlimler Dergisi*, 3(1), 137-154.

Poyraz, E. ve Cilveoğlu, A.A., (2020), Tevazu bağlamında liderlik: Algılanan ego durumu ve etkin liderlik üzerine bir araştırma. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 10(2), 128-141.

Pratt, M.G. ve Ashforth, B.E. (2003). Fostering Meaningfulness in Working and at Work. (Editör: Kim S. Cameron, Jane E. Dutton ve Robert E.Quinn). *Positive Organizational Scholarship: Fondations of a New Discipline.* San Francisco, 309-327.

Richins, M.L. ve Dawson, S., (1992), A consumer values orientation for materialism and ıts measurement: Scale development and validation, *Journal of Consumer Research*, 19, 303-316.

Richins, M.L. (1994). Special possessions and the expression of material values. *Journal of Consumer Research*, 21(3), 522-533.

Rindfleisch, A., Burroughs, J.E. ve Denton, F., (1997), Family structure, materialism and compulsive consumption, *Journal of Consumer Research*, 23, 312-325.

Roccas, S. (2005), Religion and value systems. *Journal of Social Issues*, 61(4), 747-759.

Rokeach, M., (1968), A theory of organization and change within value-attitude systems, *Journal of Socıal Issues*, 24(1), 13-33.

Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*, Free Press: New York.

Rosso, B.D., Dekas, K.H. ve Wrzesniewski, A., (2010), On the meaning of work: A theoretical integration and review, *Research in Organizational Behavior*, 30, 91-127.

Ryan, L. ve Dzıurawıec, S. (2000). Materialism and its relationship to life satisfaction. *Social Indicators Research,* 55, 185-197.

Samsum, N. (2017). Çalışmanın değişen anlamı ve güncel durumuna ilişkin tartışmalar. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 160-209.

Saraç, E. (2018). *Sınıf Öğretmeni Adaylarının Çevre Kimlikleri ve Çevreye Yönelik Materyalist Eğilimleri: Eylem Araştırması.* Doktora tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. & Muller, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online,* 8(2), 23-74.

Schwartz, S.H. ve Bilsky, W. (1987), Toward a universal psychological structure of human values, *Journal of Personality and Social Psychology,* 53(3), 550-561.

Schwartz, S.H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values?. *Journal of Social Issues*, 50(4), 19-45.

Schwartz, S.H. ve Sagıv, L. (1995), Identifying culture-specifics in the content and structure of values. *Journal of Cross-Cultural Psychology,* 26(1), 92-116.

Schwartz, S.H. ve Huısmans, S., (1995). Value priorities and religiosity in four western religions. *Social Psychology Quarterly*, 58(2), 88-107.

Seçkin, Ş.N. (2018). Yapılan işin anlamlılığı ve işe tutkunluk ilişkisi akademisyenler üzerine bir araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 143-160.

Sevgili, F., (2012). *Değerler-Tüketim İlişkisinde Materyalizm ve Değer-Eşya Temsilinin Aracı Rolü.* Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Shrum, L.J. ve Rustagi, N. (2018). Materialism: Conceptualizations, antecedents and consequences. (Eds.), *The Routledge Companion to Consumer Behavior Analysis.* 21-37.

Smart, J.C. (1963). The journal of phılosophy. The Journal of Philosophy, 60(22), 651-662.

Spreitzer, G.M. (1995). Psychologıcal empowerment in the workplace: Dimensions, measurement and validation, *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442-1465.

Stangroom, J. (2013). *Büyük Fikirlerin Küçük Kitapları: Din*. (Çev. Cengiz Batuk ve Süleyman Turan). Ankara: Liman Kitapları.

Steger, M.F., Dik, B.J. ve Duffy, R.D., (2012), Measuring meaningful work: The sork and meaning ınventory (WAMI), *Journal of Careesr Assessment*, 20(3), 322-337. İstanbul: Yordam Kitap.

Şahin, S.Z. (2019). Yerel seçimlerde Ankara'nın merkez ve çevre ilçelerine dair sosyo-mekansal bir analiz denemesi. *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 213-223.

Şenol, Ş. (2012). *Araştırma ve Örnekleme Yöntemleri* (1. Basım). Ankara: Nobel Yayıncılık.

Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2007). *Using Multivariate Statistics* (5. Baskı). Pearson: Boston.

Taşgit, Y. E. (2013). *İş Çevresi, Kurum Kültürü ve İşletme Stratejileri Arasındaki İlişkiler: Otel İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma.* Doktora tezi. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.

Tekin, Ş. (2019). *Üniversite Öğrencilerinin Dini Değerler İlişkin Algıları (Eskişehir İli Örneği)*. Yüksek lisans tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.

Tiltay, M.A. (2010). *Materyalist Eğilim, Dini Değerler ve Marka Bağlılığı ve Tüketici Ahlakı Arasındaki İlişkiler.* Yüksek lisans tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Tiltay, M.A. ve Torlak, Ö. (2011). Materyalist eğilim, dini değerler, marka bağlılığı ve tüketici ahlakı arasındaki ilişkiler. *İş Ahlakı Dergisi*, 4(7), 93-130.

Thomas, K.W. ve Velthouse, B.A., (1990), Cognitive elements of empowerment an "interpretive" model of intrinsic task motivation, *Academy of Management Review*, 15(4), 666-681.

Tokgöz, E. (2018). Materyalist değerler statü tüketimi ve dürtüsel satın alma arasındaki ilişki. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16, 1-19.

Tolstoy, L.N. (2009). *Din Nedir?* (Çev. Murat Çiftkaya). İstanbul: Kaknüs Yayıncılık.

Turan, S. ve Aktan, D., (2008), Okul hayatında var olan ve olması düşünülen sosyal değerler, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 227-259.

Tümer, G. (1987). Çeşitli yönleriyle din. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 28(1), 213-267.

Turan, N. (2018). Çalışma mutluluğu. *Uludağ Journal of Economy and Society/B.U.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 37(1), 169-212.

Tutar, H. (2018). *Davranış Bilimleri* (4. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Tutkun, Ö.F. ve Koç, M. (2008), Stereotypes towards occupations in Turkey, *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences*, 41(1), 255-273.

Türk Dil Kurumu (TDK). (2020). "Değer" https://sozluk.gov.tr/, Erişim Tarihi: 26.10.2020.

Türkiye Diyanet Vakfı (TDV) İslam Ansiklopedisi. (2020). "Materyalizm" https://islamansiklopedisi.org.tr/, Erişim Tarihi: 07.11.2020.

Türk Dil Kurumu (TDK). (2020). "İş" https://sozluk.gov.tr/, Erişim Tarihi: 11.11.2020.

Türk Dil Kurumu (TDK). (2020). ''İnanç''https://sozluk.gov.tr/, Erişim Tarihi: 11.11.2020.

Türk Dil Kurumu (TDK). (2020). "Norm" https://sozluk.gov.tr/, Erişim Tarihi: 17.11.2020.

Türk Dil Kurumu (TDK). (2020). "Tutum" https://sozluk.gov.tr/, Erişim Tarihi: 17.11.2020.

Ulusoy, K. ve Dilmaç, B. (2016). *Değerler Eğitimi* (4. Basım). Ankara: Pegem Akademi.

Uzunbacak, H.H. ve Akçakanat, T., (2018), İşin anlamının zindelik, mutluluk ve iş tatmini ilişkileri üzerine görgül bir araştırma, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(68), 1691-1702.

Ünal, Z.M. (2019). Anlam ihtiyacı: Anlam ihtiyacı temelinde birey-iş uyumunun anlamlı işin alt-boyutlarına etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(1), 157-180.

Vurgun, L. ve Öztop, S., (2011), Yönetim ve örgüt kültüründe değerlerin önemi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 217-230.

Yavuz, S. (2008). *Dini Değerlerin Çalışma Hayatındaki Yeri: Sanayi İşçileri Üzerine Bir Araştırma (Çorum Örneği).* Doktora tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Yemez, İ. (2018). *Dini Değerlerin Tüketicilerin Satın Alma Davranışına Etkisi: Bireysel Emeklilik Sistemi Üzerine Sivas İlinde Bir Uygulama.* Doktora tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.

Yemez, İ. ve Akdoğan, M.Ş., (2019), Dini değerlerin demografik faktörlere göre incelenmesi: Sivas ili örneği, *Iğdır Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 67-82.

Yener, S. (2018). Kadın çalışanların kadınsı cinsiyet normları ve işin anlamlılığı arasındaki etkileşimde cinsiyet rol stresinin aracı rolü. *İş'te Davranış Dergisi*, 3(1), 42-56.

Yeniaras, V. (2015). İslami dindarlık, tutumluluk ve materyalizm: Bir yapısal eşitlik modeli. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 1(1), 49-62.

Yıldırım, Y. (2016). *Değerler ve Yaşam Tarzının Tüketicilerin Ürün Tercihi Üzerindeki Etkisi.* Doktora tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

Yıldız, H. (2017). Çalışma Psikolojisi. *İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Ders Notu,* 69.

Yılmaz, K. (2013). Üniversite öğrencilerinin dini yönelimleri ile bireysel değerleri arasındaki ilişki. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(29), 129-146.

Yılmaztürk, Y.; Akdoğan, Ç. ve Kayapınar, Ö. (2019), Materyalist değerler ile hedonik ve faydacı alışveriş arasındaki ilişkinin yaşam doyumuna etkisi, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 21(2), 715-735.

Yorulmaz, B. (2017). *Ailede Değerler Eğitimi* (1. Basım). İstanbul: Erkam Yayıncılık.

Yüce, Y. (2009). *Hilmi Ziya Ülken'in Materyalizm ve Spiritualizme Eleştirel Yaklaşımı.* Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.

Yüceldoğan, S. (2010). Materyalist eğilimlerin demografik özelliklere göre farklılaşmasına yönelik bir araştırma. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(1), 57-70.

Wong, N.; Chugani, S.K.; Shrum, L.J. ve Gunz, A. (2011), Rethinking materialism: A process view and some transformative consumer research implication, *Journal of Research for Consumers*, 19, 1-4.

Wrzesniewski, A. ve Dutton, J.E., (2001), Crafting a job: revisioning employees as active crafters of their work, *Academy of Management Review*, 26(2), 179-201.

Wrzesniewski, A., Dutton, E.J. ve Debebe, G., (2003), Interpersonal sensemaking and the meaning of work, *Research in Organizational Behavior*, 25, 93-135.

7.EKLER

EK 1. Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma yürütülmekte olan **"Dini ve Materyalist Değerlerin İşin Anlamlılığına Etkisi Bakımından Kıyaslanması"** konulu araştırmanın uygulama bölümünü oluşturmaktadır.

Anket çalışmamıza destek veren işletme çalışanlarının isimleri gizli tutulup asla açıklanmayacaktır. Anket aracılığı ile elde edilen veriler bilimsel nitelikte olup yalnızca akademik amaçlar için kullanılacaktır. Lütfen ankete isminizi belirtmeden ve doğru bir şekilde cevaplayınız.

Araştırmamıza değerleri görüşlerinizle destek vermeniz ve bu sayede elde edilecek sonuçların işletmenizin ve sonrasında ülkemiz yönetim uygulamaları gelişimine olumlu katkılar sağlayacağı görüşüyle iş birliğiniz için gönülden teşekkürlerimizi sunarız.

Dr. Öğr. Üyesi Faruk Kerem ŞENTÜRK / Deniz Hilal İNAN

Düzce Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı / Yüksek Lisans Programı

DİNİ YÖNELİM **Aşağıda Dini Yönelimleri tanımlamaya yönelik ifadeler yer almaktadır. Lütfen size uygun olan cevabı (X) şeklinde belirtiniz.**	**Kesinlikle Katılmam**	**Az Katılırım**	**Orta Düzeyde Katılırım**	**Çok Katılırım**	**Tam Katılırım**
1. İnandığım din hakkında okumaktan hoşlanırım.					
2. İbadet etmek ve yaratıcıyla baş başa kalmak için zaman ayırmak benim için önemlidir.					
3.Yaratıcının varlığı konusunda hiçbir tereddüdüm yoktur.					
4.Hayatımı dini inançlarım doğrultusunda yaşamak güç olsa da bunun için çabalarım.					
5. Dinim önemlidir çünkü hayatın anlamıyla ilgili birçok soruya cevap verir.					
6. Yalnızken ettiğim dua ibadethanede ettiğim dua kadar önemlidir.					
7. Dinin bana sunduğu en önemli şey üzüntülü ve sıkıntılı durumlarda rahatlama sağlamasıdır.					
8. Hayata bakış açım bütünüyle dine dayalıdır.					
9. İbadet barış ve mutluluk içindir.					
10.İbadethaneye giderim çünkü arkadaş edinmeme yardım eder.					
11.İbadethaneye çoğunlukla arkadaşlarımla birlikte olmak için giderim.					
12.İbadethaneye gitmekten hoşlanırım çünkü orada olduğunu bildiğim kişileri görmek beni mutlu eder.					

13.Temelde korunma ve bağışlanma için ibadet ederim.					
MATERYALİST EĞİLİM **Aşağıda Materyalist Eğilimi ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Lütfen size uygun olan cevabı (X) şeklinde belirtiniz.**	**Kesinlikle Katılmam**	**Az Katılırım**	**Orta Düzeyde Katılırım**	**Çok Katılırım**	**Tam Katılırım**
1.Sahip olduklarımı paylaşmaktan hoşlanmam.					
2.Yardım kuruluşlarına bir şeyler bağışlamaktan hoşlanmam.					
3.Evimde misafir ağırlamaktan hoşlanmam.					
4.Eşyalarımı samimi olduğum arkadaşlarıma dahi ödünç vermeyi sevmem.					
5.İnsanların bana ait olan şeyleri almaları konusunda endişe duyarım.					
6.Arkadaşlarımın, benim bütçemin yetmeyeceği şeylere sahip olması beni mutsuz eder.					
7.Çok zengin olan insanlar genellikle sıradan insanlarla konuşmayacak kadar kendilerini iyi hissederler.					
8.İstediği her şeyi satın alan insanları gördüğümde bundan rahatsız olurum.					
9.Bazı şeyleri toplamayı (biriktirmeyi) severim.					
10.Hatıra değeri taşıyan birçok şeye sahibim.					
11.Atılması gereken şeyleri atmak yerine onları saklamaya eğilimliyimdir.					

ANLAMLI İŞ **Bu kısımda bireylerin işlerini ne düzeyde anlamlı bulduklarını ölçmeye yarayan ifadeler bulunmaktadır. Lütfen size uygun olan cevabı (X) işaretleyiniz.**	**Kesinlikle Katılmam**	**Az Katılırım**	**Orta Düzeyde Katılırım**	**Çok Katılırım**	**Tam Katılırım**
1.İşim kendimi daha iyi tanımama yardım eder.					
2.İş hayatım kişisel gelişimime katkı sağlar.					
3.İşim büyük bir amaca hizmet etmektedir.					
4.İşimi yaparken manevi bir güç hissederim.					
5.İş hayatımdan manevi olarak tatminim.					
6.İş hayatımın amacını arıyorum.					
7.İş hayatımın anlamının ne olduğunu merak ediyorum.					
8.İş hayatıma anlam katacak bir şeyler arıyorum.					
9.İş arkadaşlarım ile birlikteyken bir aile hissi duyarım.					
10.İş arkadaşlarımın bana değer verdiğini hissederim.					
11.İş arkadaşlarımla vakit geçirmeyi severim.					
12.İş arkadaşlarım benden hoşnuttur.					

13.İş hayatımda tanımlaması zor bir çalışma aşkı hissettiğim zamanlar olur.					
14.İş hayatımda bazen yaptıklarımdan dolayı üstün bir manevi haz duyarım.					
15.İş hayatımda yer ve zamandan bağımsız içsel bir huzur hissettiğim anlar olur.					
16.Yaptıklarım karşılığında çevremden iltifat beklemem.					
17.Başkasına yardımcı olduğum işlerde bir karşılık beklemem.					
18.Hayatımda kişisel menfaatim için gösterişe yer yoktur.					
19.İş arkadaşlarımın hayat amaçlarını gerçekleştirmelerine destek çıkarım.					
20.İş arkadaşlarımın hayatlarında anlam bulmalarına yardımcı olurum.					
21.İş arkadaşlarımın hayat amaçlarını sorgulamalarını arzu ederim.					

BİREYSEL BİLGİ FORMU

Aşağıdaki ifadelerden size uygun olan kutucuğun içine gösterilen şekilde (X) işaretleme yapınız, boşlukları ise yazarak doldurunuz.

Cinsiyet: O Kadın O Erkek **Medeni Durumu:** O Evli O Bekar

Eşiniz Çalışıyor mu: O Evet O Hayır **Çocuğunuz Var mı:** O Evet O Hayır

Eğitim Durumu: O İlköğretim O Ön Lisans O Lisans O Yüksek Lisans O Doktora

Gelir Düzeyiniz: O 1501-2000 TL O 2001-2500 TL O 2501-3000 TL O 3001-3500 TL O 3501 TL ve üzeri

Yaşınız: O 18-25 O 26-33 O 34-41 O 42-49 O 50 ve üzeri

Varsa Çocuk Sayısı:…………………………………………..

Toplam Çalışma Süreniz (Başlangıçtan Bugüne Kadar):….Ay

Bulunduğunuz İşletmede Çalışma Süreniz:………………...Ay

Günlük Çalışma Süreniz (Saat olarak):…………………...Saat

Gönüllü Olarak Mesai Yapar Mısınız? Evet Hayır

Çalıştığınız Kurumun Niteliği: Kamu Özel Diğer

Mesleğiniz Nedir?: ....

İstediğiniz Mesleği mi Yapıyorsunuz? : O Evet O Hayır